

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



**TÍTULO:**

**PLAN DE MARKETING BEACH SOCCER UES FEMENINO**

**PRESENTADO POR:**

**CARNÉ:**

SAMUEL ISAAC CORDOVA MOLINA

(CM10064)

JOSSETH ALEXANDER MOLINA RIVERA

(MR15022)

CARLOS ARNOLDO GUERRERO GOMEZ

(GG11081)

STEVEN ERNESTO PALENCIA CABRERA

(PC15013)

WENDY BEATRIZ ASCENCIO GODINEZ

(AG16010)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA PARA OBTENER EL TÍTULO DE: LICENCIADO/A EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, ESPECIALIDAD EDUCACIÓN FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:**

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

**CIUDAD UNIVERSITARIA "DR FABIO CASTILLO FIGUEROA", SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA, SEPTIEMBRE DE 2023**

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA**

**RECTOR**

**DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MSESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA**

**SECRETARIO GENERAL**

**LICENCIADA ANA RUTH AVELAR**

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

**LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA**

**FISCAL GENERAL**

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA**

**DECANO**

**MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO**

**VICEDECANA**

**MAESTRA NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHÉ PADILLA**

**SECRETARIO**

**MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO**

**DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO**

**AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**JEFE INTERINO DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACION**

**MsD. ALFREDO RODRIGUEZ ESCOBAR**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO**

**MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA**

**DOCENTE ASESOR:**

**MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA**

## DEDICATORIA

### **Este informe está dedicado a:**

Nuestros padres, quienes con mucho esfuerzo, amor, paciencia nos han apoyado a lo largo de todo nuestro estudio, nos han enseñado a creer en nosotros mismo para cumplir nuestras metas, Gracias por mostrarnos el camino de fe y de confianza en Dios.

A toda nuestra familia porque con sus oraciones, palabras y apoyos, nos motivaron a seguir luchando durante largo camino, sin ese cariño incondicional hubiese sido muy difícil lograr el objetivo. Gracias a nuestros amigos por su apoyo y motivación siempre para no abandonar el camino del estudio, ya que hay momentos donde; con los únicos que te quejas son los amigos, los que están para escucharte y darte ánimos.

Dedicado y con mucho agradecimiento de nuestra parte a cada docente que ha estado presente en nuestros caminos desde años iniciales hasta estos niveles universitarios, agradecidos por su formación y enseñanza tan profesional, comprometidos con sus alumnos en ser de bien a la sociedad.

Finalmente, dedicatoria a toda persona que de alguna manera influyó en la lucha.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecido con Dios que nos dio la vida y en ella la salud y fuerza para lograr las metas. Agradezco a mi familia de manera muy especial a mi madre Maria Elodia Molina y hermana Rosa Emilia Cordova, por apoyarme en el camino del conocimiento, gracias a sus consejos y motivaciones que han hecho posible la culminación de este proceso hasta este punto. Muchísimas gracias a mis docentes que con mucho profesionalismo han impartido cada asignatura, al Lic. Boris Iraheta quien fuera nuestro mentor que nos ha guiado en los diferentes trabajos del curso de especialización, nuestro agradecimiento muy especial, más que un docente, un amigo. También al Lic. Santos Lucero, que me ha mostrado ver de una forma más crítica las diferentes circunstancias, por creer en mí y darme su confianza, muy agradecido con su persona. Agradecido con nuestra alma mater por abrirnos sus puertas y ser nuestro centro de formación profesional a todo su personal que nos ha brindado su colaboración a lo largo de nuestra carrera universitaria. Agradecer al equipo y dirigentes de fútbol playa femenino (BS-UES FEMENINO) por brindarnos el espacio y tiempo necesario para llevar a cabo nuestro trabajo de investigación. Agradezco a mis amigos Ing. Cristian Rosa, Lic. Edgar Torres, Lic. Guillermo Ascencio por el apoyo incondicional que siempre me han brindado.

## **AGRADECIMIENTOS.**

Agradecida con Dios ya que tu amor y tú bondad no tiene fin, gracias a ti he logrado concluir mi carrera. También a todas las personas que apoyaron este proceso académico. Al Lic. Boris Iraheta, quien fue nuestro tutor que nos guio a través de cada una de las etapas del curso de especialización. También quiero agradecer a la Universidad de El Salvador por permitirme ser una profesional a sus dirigentes, catedráticos, al personal administrativo. Me ha dado muchas oportunidades, agradezco mucho por hacer posible el Curso de Especialización para la Administración y Gestión Deportiva. La ayuda de mis maestros, mis compañeros de trabajo y a la universidad en general por todo lo anterior en conjunto con todos los copiosos conocimientos que me ha otorgado. Agradecer al equipo BS UES FEMENINO y al Ing. Rafael por brindarnos el espacio y poder hacer nuestro trabajo.

También agradecer a mi familia maravillosa mi padre Roberto Ascencio y mi madre hermosa Sandra Delmira Godinez de Ascencio quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar todo lo q tengo, ellos han dado razón a mi vida siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional, económico y sus consejos para hacer de mí una mejor persona durante todos estos años ya que todo lo que hoy soy es gracias a ellos los amo.

Agradecer a mis hermanos Carlos Ascencio, Mardoqueo Ascencio Stanley Ascencio y Stiven Ascencio y a mis hermanas Sandra Ascencio, Yasmin Ascencio Zuleyma Ascencio y Karlita Ascencio que me motivaron día con día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria y me dieron todo su apoyo incondicional y económico gracias a ellos por confiar en mí sin ustedes y sus consejos, su amor y su cariño yo no habría llegado hasta donde estoy los amo.

También agradezco a mi compañero de vida Melvin Antonio Davila por sus palabras y su confianza, por su amor y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, Tu ayuda ha sido fundamental en esta carrera universitaria me ayudaste hasta donde te era posible te lo agradezco mucho amor Te amo.

Quiero agradecer a mi hijo Mathias Leandro Davila Ascencio ya que ser mamá y estudiante es difícil porque sé que mi hijo se ha sacrificado para que logre mi sueño eres mi principal motivación día con día ese bebe que me llama mamá como en todos mis logros en este haz estado presente Hoy he logrado un sueño de la mano de mi mayor sueño te amo hijo.

Agradecer a mis abuelos Elida Godínez y mi abuelo Roberto García, tíos primos y sobrinos, cuñados y cuñadas, y a toda mi familia en general por el apoyo que siempre me brindaron. A mi abuelo Guillermo Landaverde (Q.D.D.G.) y mi abuela Matilde Ascencio (Q.D.D.G.) Aunque ya no están con nosotros sé que desde el cielo siempre nos cuidan y nos guían para que todo salga bien. También agradecer a mi Any que es como una madre para mí que me dio todo su apoyo incondicional durante estos años de mi carrera gracias por su motivación. Gracias a mis amigos, compañeros y todas aquellas personas que de una u otra manera ha contribuido para el logro de mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecido con Dios y mis padres por su ayuda y apoyo incondicional para poder concluir con mi carrera universitaria, a mi madre Mirian Anabel Cabrera Rojas por todo el esfuerzo y dedicación que realizó para poder apoyarme por sus consejos y siempre darme ánimos para no rendirme pues ha sido ella la razón por la que siempre luche por terminar todo lo que empiezo y mi motivación para salir adelante y luchar por los sueños, a mi padre Oscar Ernesto Palencia Zepeda (Q.D.D.G.), que aunque ya no está conmigo sé que desde el cielo me cuida y estará orgulloso de mi, le agradezco por todos sus consejos y enseñanzas y valores que me inculcó por ello trato de ser la mejor persona y contribuir para la sociedad y mi familia gracias por la enseñarme el valor del trabajo y que nunca hay que dar marcha atrás, por enseñarme que aunque la vida se ponga difícil es cuando más ganas hay que ponerle y aunque no pude decírtelo en vida estaré eternamente agradecido por tus consejos pues hoy en día puedo ver la vida y entender las cosas que me decías gracias por enseñarme el valor que tiene cuando uno da la palabra y cuán importante es cumplir lo que uno dice y tiene que ir acorde a lo que uno hace, gracias por enseñarme tantas cosas que sin darme cuenta me han forjado hasta el día de hoy siempre te recordare y estarás en mi corazón te quiero y te extraño, a mi tío Mauricio Palencia por ser esa persona que me apoyo monetariamente e incondicionalmente, gracias por los consejos en los momentos que más lo necesite cuando me sentí perdido, gracias por poder ser la persona en la cual siempre he podido confiar y me da los consejos y apoyo para seguir luchando. A todas esas amistades que se formaron en el transcurso de estos años dentro de la universidad, gracias por estar ahí siempre luchando y ayudándonos para lograr nuestros sueños, estaré siempre agradecido con ustedes por hacer mejores los momentos malos.

En general muchas gracias a todas las personas que formaron parte de esta etapa de mi vida, por todos sus consejos y el apoyo que me dieron por estar ahí para mí cuando los necesite por darme ánimos, gracias por todo el amor que me han dado los quiero y siempre los recordare y estarán en una parte de mi corazón y gracias por tan bonitos recuerdos, gracias a todos los docentes que se encargaron de forjar nuestro camino a nivel profesional, por sus clases y enseñanzas en el proceso académico por su ética y valores que fueron transmitidos en todos estos años que formaron parte de mi proceso académico, y por último y no menos importante gracias a todas las personas que creyeron y confiaron en mí.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	14
INTRODUCCIÓN .....	15
JUSTIFICACIÓN.....	16
OBJETIVOS .....	17
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	18
LECCIONES APRENDIDAS .....	21
CONCLUSIONES .....	22
RECOMENDACIONES .....	23
<b>MODULO 1: PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>25</b>
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN.....	25
Entorno General.....	25
Entorno Sectorial.....	26
Entorno Competitivo.....	26
MERCADO.....	27
FORTALEZAS.....	27
DEBILIDADES.....	28
OPORTUNIDADES.....	29
AMENAZAS.....	29
PÚBLICO OBJETIVO.....	30
FIJACIÓN DE OBJETIVOS.....	30
ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS EN EL PLAN DE MERCADEO .....	30
CARTERA.....	31
SEGMENTACIÓN.....	31
POSICIONAMIENTO.....	32
Marketing Mix.....	32
Producto: .....	32
Precio: .....	32
Plaza:.....	33
Promoción: .....	33
Promoción y Ofertas:.....	33
PLAN DE ACCIÓN.....	34

PRESUPUESTO .....	35
SUPERVISIÓN .....	36
<b>MODULO 2: "ENCUESTA DE SATISFACCION DE USUARIOS" .....</b>	<b>38</b>
Resumen Ejecutivo .....	38
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA .....	39
RESULTADOS .....	40
CONCLUSIÓN .....	49
RECOMENDACIONES .....	50
<b>MODULO 3: GESTION DE CALIDAD .....</b>	<b>52</b>
INTRODUCCIÓN .....	52
OBJETIVOS .....	53
Objetivo General: .....	53
Objetivo Específicos: .....	53
PUNTUACIÓN ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO .....	54
Escala de valoración .....	56
CRITERIOS AGENTES .....	57
Bloque para el criterio de liderazgo (100 pts.) .....	57
En el subcriterio 1b utilice el siguiente: .....	58
Bloque para el criterio de política y estrategia (80 pts.) .....	59
Bloque para el criterio de personas (90 pts.) .....	61
Bloque para el criterio de alianzas y recursos (90 pts.) .....	63
Bloque para el criterio de procesos (140 pts.) .....	65
CRITERIOS RESULTADOS .....	67
Bloque para el criterio de resultados en los clientes (200 pts.) .....	67
Bloque para el criterio de resultados en las personas (90 pts.) .....	68
Bloque para el criterio de resultados en la sociedad (60 pts.) .....	69
Bloque para el criterio de resultados clave (150 pts.) .....	70
RESULTADOS DE LA AUTOEVALUACIÓN .....	71
PUNTAJE GLOBAL EN EL CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN .....	71
Criterio de liderazgo .....	71
Política y estrategia .....	72
Bloque para el criterio de personas .....	73
Bloque para el criterio de alianzas y recursos .....	75
Bloque para el criterio de procesos .....	76
Criterio de resultados en los clientes .....	77
Bloque para el criterio de resultados en las personas .....	78

Criterio de resultados en la sociedad.....	79
Criterio de resultados claves.....	80
CONCLUSIONES.....	81
Recomendaciones.....	82
<b>MODULO 4: “PLAN DE PATROCINIO” .....</b>	<b>84</b>
NUESTRA IDEA.....	84
DIRIGIDO A:.....	85
ESTE PLAN PERMITE.....	87
¿QUÉ POSIBILITA?.....	88
QUEREMOS GARANTIZAR .....	88
PAQUETES DE PATROCINIOS:.....	89
PATROCINADORES.....	92
FORMAS PROMOCIONALES .....	93
OBSERVACIONES .....	94
BIBLIOGRAFIA.....	95

## Resumen

En este trabajo se elaboró un plan de marketing para masificar el fútbol playa femenino y generar más ingresos, partiendo de un análisis del entorno general y del sector, del mercado, entorno competitivo y su segmentación, de la misma forma se definieron estrategias y tácticas de marketing elaboradas de acuerdo al público objetivo, con el plan de acción y presupuesto. Para un desarrollo próspero de una empresa es importante tomar en cuenta la opinión externa de los clientes así como saber sus intereses y opiniones es crucial y debido a esto se pueden implementar diferentes técnicas así como la encuesta. La obtención de información opiniones de los clientes es mucho más sencilla para una empresa gracias a los diferentes avances tecnológicos que facilitan la recolección y análisis de información de los clientes. En la gestión de la calidad de servicio y del funcionamiento de una organización deportiva, se utilizó el modelo EFQM, por medio de un cuestionario de autoevaluación adaptado a la realidad del club deportivo BS UES femenino. Finalmente se elaboró una propuesta de plan de patrocinio, apostando a que el club pueda generar fondos propios y así proyectar mucho más la marca y el equipo BS UES.

**Palabras clave:** marketing, modelo EFQM, institución deportiva, eventos deportivos, plan de patrocinio.

## **INTRODUCCIÓN**

En el presente informe se muestran los resultados de aprendizaje en cada módulo del Curso de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva.

En el Módulo 1. "Plan de Marketing" se presenta una propuesta para el desarrollo del club deportivo BS UES femenino. Generando mayor interés por parte de las estudiantes a formar parte del equipo

En el Módulo 2. "Encuesta de satisfacción de usuarios" En este módulo se diseñó una encuesta dirigida a las atletas pertenecientes al equipo BS UES FEMENINO con el objetivo de indagar la opinión del nivel de satisfacción de los usuarios del programa de fútbol playa que ejecuta la universidad de el salvador, san salvador 2022.

En el Módulo 3. "Gestión de calidad" Se desarrolla un cuestionario de autoevaluación para el equipo BS UES Femenino, adaptado del Modelo EFQM. En la elaboración del presente cuestionario se tomó en cuenta aspectos administrativos y deportivos. El objetivo de desarrollar el modelo de gestión de excelencia es para que permita posicionar y mejorar el rendimiento deportivo y también el de la marca BS UES a nivel nacional y regional.

Finalmente, en el Módulo 4. "Gestión de patrocinios" Se presenta una propuesta de plan de patrocinios para el club deportivo BS UES FEMENINO El plan posibilita las herramientas para la búsqueda de patrocinio ya sea eventos nacionales o internacionales.

## **JUSTIFICACIÓN**

Las instituciones deportivas no se encuentran ajenas al impacto de los conflictos generados como consecuencia de una mala dirección y gestión deportiva debido a esto es importante brindarles a los profesionales de este rubro, los conocimientos y herramientas que le permitan desenvolverse de mejor manera en el área administrativa, dirección y gestión deportiva.

En la actualidad es importante que toda empresa o club deportivo cuente con profesionales en el área de la gestión y dirección deportiva, para que con la ayuda de estos profesionales se logren los objetivos y la empresa tenga un rumbo claro; y así los empleados y las personas puedan sentirse identificadas con la marca. La dirección y gestión deportiva es importante en la aplicación profesional, este un campo de estudio no tan desarrollado en la currículum de la Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación siendo de suma importancia para los profesionales que decidan incorporarse a esta área de trabajo.

La presente investigación tiene aspectos fundamentales para el desarrollo de la marca BS UES femenino ya que por medio de la investigación se proporciona información basándose en metodologías de investigación profesional sirviendo para la medición de los parámetros que el club tiene así beneficiando de manera directa al club y las atletas que integran el club, dándole las herramientas para que el gerente administrativo pueda gestionar con eficacia y eficiencia los recursos que el club tiene.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General.**

Desarrollar y fortalecer el club deportivo BS UES femenino, a través de la creación, evaluación y gestión del plan estratégico para el desarrollo del club.

### **Objetivos Específicos.**

- Desarrollar un plan de marketing.
- Realizar una encuesta de satisfacción tomando en cuenta la percepción de los atletas del club BS UES.
- Desarrollar un modelo de gestión de excelencia, para conocer la calidad de la dirección, gestión y funcionamiento del personal del equipo BS UES utilizando un cuestionario de autoevaluación basado en el enfoque EFQM para el control de calidad.
- Crear un plan de patrocinio base a las necesidades del club BS UES femenino.

## **DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

El Proceso de Grado modalidad Curso de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva fue desarrollado en modalidad virtual y desarrollada en la rama del fútbol playa femenino, en el club deportivo BS UES Femenino, las prácticas fueron realizadas en el complejo deportivo universitario.

### **Clases magistrales.**

Los contenidos temáticos de los módulos del curso se desarrollaron por medio de clases magistrales recibidas de manera virtual a través de la plataforma Google Classroom dos veces por semana.

### **Asesorías virtuales.**

Llegado el momento de la realización de trabajo práctico se participó en asesorías personalizadas para el intercambio bilateral entre estudiantes que conformaron equipo de trabajo y docente tutor. En las asesorías se orientó sobre acciones a tomar ante las situaciones y dudas que surgieron en cada etapa del proceso formativo.

### **Elaboración de árbol de problemas.**

Aprovechando la experiencia de las atletas y su cuerpo técnico del BS UES con la disciplina en fútbol playa femenina se elaboró unos ejercicios de diagnóstico con la finalidad de mejorar las condiciones de vistosidad del club y con esto lograr beneficios económicos sociales y de rendimiento.

### **Revisión del plan estratégico.**

la siguiente parte muy importante de valorar es que se logró los permisos de la estructura administrativa de BS UES Para iniciar un plan estratégico institucional con la finalidad de alcanzar niveles de patrocinios y convenios que lleven al club a mejores cosas o beneficios tanto para el club como también de manera individual para cada atleta que destaque en su rendimiento deportivo.

### **Diseño de plan de marketing.**

Teniendo un mejor panorama en cuanto al marketing deportivo se busca tomar las mejores herramientas que nos ayuden a cumplir los objetivos trazados para el desarrollo de BS UES y la masificación de esta disciplina dentro de la institución aprovechando los espacios libres y generando niveles muy buenos de salud en ellas sabiendo que hacerlo les tendrá estas y otras oportunidades.

### **Implementación de encuesta de satisfacción.**

Tomando en cuenta la población que está vinculada a BS SOCCER UES como atletas, técnicos, se implementó una encuesta de satisfacción en formato digital para medir la percepción de los participantes. La encuesta recogió la opinión de muestra de un 80% de los participantes los resultados de la encuesta de satisfacción se compartieron con Cuerpo técnico y personal administrativo.

### **Implementación del cuestionario de autoevaluación.**

En esta parte del trabajo nuestros esfuerzos se centralizó en ejecutar un cuestionario de autoevaluación del modelo EFQM, adaptado a las condiciones actuales del equipo BS-UES FEMENINO, dando como resultado una auto evaluación global del desempeño y resultados institucionales del Club Beach Soccer UES, con el propósito de elaborar un diagnóstico del club.

El puntaje global en el cuestionario de evaluación implementado en el equipo es de 807.5 puntos de 1,000 posibles, este porcentaje representa un 80.75% de logro y califica dentro del rango de excelencia alta según la escala de valoración del modelo EFQM.

### **Diseño de plan de patrocinio.**

Se diseñó una propuesta de plan de patrocinio deportivo para el club deportivo BS UES Femenino buscando acudir a empresas, representantes de marcas o de servicios y personas naturales, en busca de consolidar una alianza donde se pueda obtener un patrocinio económico y brindar una alternativa de publicidad para el patrocinador proyectando así su marca a nivel nacional e internacional.

## **LECCIONES APRENDIDAS**

El desarrollo deportivo en la rama de fútbol playa femenino se ve frustrado por los planes estratégicos que están diseñados lejos de la realidad que vive la rama de fútbol playa femenino sobre todo porque son diseñados por profesionales en otras áreas no deportivas este tema se agudiza por la falta de personal humano y económicos destinados para el fortalecimiento de la rama de fútbol playa femenina.

El marketing la calidad y patrocinio son áreas donde los profesionales de la educación física deporte y recreación deben prepararse para optar a puestos administrativos y gerenciales sobre todo para alcanzar niveles de remuneración de acuerdo al nivel jerárquico ya que llegar a estos puestos sin experiencia o sin un conocimiento sólidos significa pagar derecho de piso y generalmente los bajos salarios con demasiados sobreesfuerzos.

La importancia del aprendizaje dentro de nuestros estudios y preparación universitaria es importante ya que en nuestro programa de estudio no se cuenta con la suficiente preparación en el área de la dirección y gestión deportiva, siendo este un rubro o área muy importante en la práctica profesional. Así como también es importante conocer el área administrativa y como se dirige una entidad deportiva ya sea club deportivo o empresa relacionada al deporte es sumamente importante conocer las diferentes formas de marketing y adaptarlas a las nuevas tecnologías y a las diferentes necesidades que tengan los clientes.

## CONCLUSIONES

- La diversas instituciones deportivas hoy en día son un campo de mucho interés económico y de labor social, por ende se vuelve un campo de acción que requiere de profesionales en administración deportiva y competentes en el área digital, esto para aprovechar el crecimiento institucional que hoy en día tienen las empresas nacionales e internacionales, con el fin de sacar provecho a la gestión deportiva, la cual se encarga de la planificación, evaluación y acción en el área. La gestión deportiva sirve para crear un ambiente de éxito mediante programas que den a conocer a los deportistas y al público, que existe una institución que exporta talento deportivo. El gestor deportivo, que conoce las estrategias que se aplican a la hora de darle marketing a la figura del deportista.
- La nueva modalidad del curso de Especialización: Dirección y Gestión Deportiva, es un avance en materia de formación para profesionales del área deportiva, que tienen expectativa e intereses en la dirección de organizaciones deportivas, nacionales como federaciones, asociaciones y clubes deportivos que exigen profesionales en el área, personas altamente capacitadas en cargos de dirección y con la comprensión de los diferentes procesos de desarrollo deportivo.
- Cuando un club deportivo tiene un profesional que conoce de la gestión deportiva, aprovecha todas las oportunidades que brindan hoy en día

## RECOMENDACIONES

- Gestionar convenios con empresas deportivas y la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación, para que beneficie a las empresas con quienes se establezcan dichos convenios y a los estudiantes con la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en este proceso de grado.
- Debido a la importancia y conocimientos que se obtienen en Proceso de Grado modalidad Curso de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva en la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación, y la importancia que esta tiene en la vida laboral sería de suma importancia agregar o integrar o pasar a formar parte de la currículo de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación para los futuros profesionales no tengan vacíos en el área de administración, dirección y gestión deportiva.

**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**



**BS UES FEMENINO**

**MODULO 1: “PLAN DE MARKETING”**

**ELABORADO POR:**

**Samuel Isaac Córdova Molina. CM10064**  
**Josseth Alexander Molina Rivera. MR15022**  
**Carlos Arnoldo Guerrero Gómez. GG11081**  
**Steven Ernesto Palencia Cabrera. PC15013**  
**Wendy Beatriz Ascencio Godinez. AG16010**

**DOCENTE**

## LIC. BORIS EVERT IRAHETA

### MODULO 1: PLAN DE MARKETING

#### DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN.

##### Entorno General.

El Fútbol Playa es una disciplina deportiva que se juega y practica sobre arena. Como otros deportes, ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. El equipo BS UES FEMENINO posee su propia cancha ubicada en las instalaciones del polideportivo de la Universidad de El Salvador sede central; este deporte es accesible en las estudiantes que deseen practicarlo desde un punto de vista más económico.

En el aspecto social el Fútbol playa BS UES ha ido creciendo poco a poco, todo empezó cuando un entrenador junto a un grupo de estudiantes, en su mayoría de Educación Física, ocupaban la cancha de voleibol playa, así iniciaron los entrenos, hicieron juegos amistosos contra equipos de las playas, y no les iba muy bien. Luego empezaron a realizar partidos amistosos contra la facultad de Ingeniería. En esta facultad el encargado del equipo era el actual Instructor de fútbol playa de la UES Rafael González, en donde el equipo se fue armando con mejores jugadores. Luego se realizaron los primeros Juegos Interfacultades de fútbol playa y de ahí se sacaron los mejores jugadores y a finales de 2012 se participó en el torneo Navideño de la Barra de Santiago. Luego de una participación no tan buena y problemas con el profesor de ese entonces el equipo se dividió y se formó un nuevo equipo que se llamó FIA, mientras aún existía la selección de fútbol playa UES. En cultura tenemos que el fútbol playa lo practican mucho, es uno de los deportes muy exigente en los partidos y emocionante a la vez y en algunos este deporte es nato ya que los jóvenes han demostrado sus ganas de triunfar en la cancha

En el torneo político el deporte no recibe el apoyo como se debe y las jugadoras del equipo de fútbol de playa junto con el profesor son las que han obtenido buenos resultados por méritos propios y por lo tanto merecen más recursos económicos, humanos, materiales y también beneficios que la universidad de El Salvador implementa como fisioterapia, nutrición, psicología, medicina general para que la motivación y también su preparación de cara a los eventos deportivos.

### **Entorno Sectorial.**

El equipo BS UES está mejor posicionado que los equipos que son competidores ya que la universidad de El Salvador cuenta con instalaciones deportivas de alta calidad en la cual se practican distintas disciplinas deportivas entre ellas se encuentra el fútbol playa femenino y las atletas pueden contar con muchas más herramientas que para otros clubes es más difícil acceder a estos servicios como por ejemplo fisioterapeutas, psicólogos y nutricionistas. En la actualidad en el país existen 12 equipos de fútbol playa femeninos entre ellos está el BS UES FEMENINO.

### **Entorno Competitivo.**

El equipo BS UES es la institución que mejor posicionada se encuentra que el resto de sus competidores en la liga femenina de fútbol playa, ya que cuenta con muchas jugadoras de renombre y todo el renombre y prestigio que la universidad de El Salvador como institución aporta al equipo ya que la UES es reconocida a nivel nacional e internacional.

## **MERCADO.**

### **FORTALEZAS**

- Buenos resultados a nivel Nacional e Internacional.
- Entrenadores capacitados a nivel Nacional e Internacional
- Personal de cuerpo técnico multidisciplinario.
- Entrenan todos los días y con facilidad de horarios para el entrenamiento.
- Los jugadores son bien organizados y disciplinados.
- Espacio de cancha con riego para entrenamientos.
- Buena tecnología (programas para ver las jugadas, pizarra electrónica).
- Mayor seguridad para la movilización de las personas debido a las políticas implementadas por el gobierno.

## DEBILIDADES

- Falta de recursos y materiales deportivos.
- Poco o nulo apoyo económico al equipo, por parte de la administración de la UES.
- Limitados recursos para competiciones o juegos internacionales.
- No se cuenta con una cancha o infraestructura reglamentaria.
- Falta de conocimiento sobre las ayudas económicas que se otorgan por ser deportista y representar a la UES en las distintas ramas deportivas.
- Indisponibilidad para presentarse a los horarios de entrenamiento y por ende se realizan varias jornadas en el transcurso del día.
- Falta de personal e implementos tecnológicos en el manejo de la publicidad o marketing del equipo.

## **OPORTUNIDADES**

- Explotar los resultados nacionales e internacionales obtenidos por parte del equipo BS UES femenino y así obtener patrocinios y por ende generar mayores ingresos.
- Generar mayor interés por parte de estudiantes a formar parte del equipo.
- Llegar a más público en general y estudiantes así poder comercializar la marca y desarrollar ventas de los implementos deportivos.

## **AMENAZAS**

- Bajo nivel del rendimiento de los atletas.
- Falta de atletas para conformar la selección del equipo femenino de fútbol playa.
- Limitaciones de parte de las jugadoras para trasladarse o asistir a los eventos deportivos.
- Falta de recursos económicos para la implementación del plan de trabajo.

## **PÚBLICO OBJETIVO**

- Mujeres de 17 a 30 años de preferencia estudiantes de la UES, que deseen practicar una modalidad diferente a la del fútbol tradicional.

## **FIJACIÓN DE OBJETIVOS**

- Incrementar el alcance de la publicidad en las redes sociales y medios de comunicación en un 50% en el primer trimestre.
- Aumentar el número de atletas que se integren al equipo BS UES
- Aumentar el patrocinio

## **ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS EN EL PLAN DE MERCADEO**

- Transmitir los partidos en la página del equipo.
- Publicar afiches y colocarlos en los edificios de las diferentes facultades de la Universidad.
- Captar a jugadoras de fútbol once e introducirlas en la disciplina de fútbol playa.
- Visitar los espacios deportivos, edificios y aulas de las diferentes facultades promocionando el equipo BS UES e invitando a formar parte de dicho equipo.
- Conformar o crear una barra que apoye al equipo.
- Promover la venta de camisetas para la captación de recursos.

## **CARTERA.**

- Practicar deporte es bueno para la salud y sobre todo podrás obtener muchos beneficios de becas con el equipo de fútbol playa femenino BS UES.
- Forma parte del equipo de fútbol playa femenino BS UES y gánate una beca completa incluyendo: Entrenamientos de alta calidad y atención médica deportiva.
- Si tu desempeño es muy bueno podrás formar parte de la selección Nacional de fútbol playa Obteniendo más beneficios.
- podrás ganar becas y jugar para otro país
- Si eres atleta destacada de nuestro club obtendrás una beca con viáticos y estadía para representar a nuestro club BS UES en partidos amistosos internacionales y torneos internacionales.

## **SEGMENTACIÓN.**

- Mujeres de 17 a 30 años que sean estudiantes activas con habilidades, destrezas, e interés de practicar fútbol playa y la disponibilidad de horario para poder asistir a los entrenos.

## **POSICIONAMIENTO.**

El equipo de fútbol playa BS UES femenino poco a poco se ha ido dando a conocer se encuentra en un buen nivel nacional e internacional, es muy reconocido y está cosechando muchos logros tanto nacional e internacional con jugadoras que resaltan llegando a la selección nacional femenina de fútbol playa.

Por medio del marketing se busca que las estudiantes de la universidad conozcan un poco más sobre los entrenamientos de fútbol playa femenino y sobre todo los beneficios que este deporte les ofrece.

## **Marketing Mix.**

### **Producto:**

El equipo de Fútbol playa ofrece Becas de entrenamientos impartido por el Ing. Rafael González altamente capacitado, alta calidad en atención médica deportiva; fisioterapia, psicología, nutrición, para las estudiantes que deseen obtener una beca y destacar en este deporte se pueden acercar al polideportivo y buscar al encargado Ing. Rafael González y inscribirse.

### **Precio:**

1. Inscripción: \$ 20.00
2. Atención médica deportiva: \$25.00
3. Terapias de rehabilitación \$ 20
4. Masaje de descarga deportiva \$ 12.00
5. Masaje reductivo \$ 15.00
6. Consulta psicológica \$ 20.00
7. Consulta de nutrición \$ 20.00

8. Uniforme \$20.00

9. **Plaza:**

Los entrenos se realizan en la cancha de fútbol playa del polideportivo UES con disponibilidad de horarios uno por la mañana y otro por la tarde, la sede del equipo de fútbol playa femenino BS UES se encuentra en la Barra de Santiago, playa donde viajan el equipo para los partidos.

**Promoción:**

- Redes Sociales: Facebook: BS UES CLUB, Instagram: bss\_ues
- Medios de comunicación: canal 10.
- Estar dentro del equipo BS UES, siendo un atleta constante puedes obtener una BECA.
- Al comprar una camisa obtiene un descuento en taquilla
- rifa de camiseta con las personas que estén siguiendo la página

**Promoción y Ofertas:**

- REDES SOCIALES: Facebook: BS UES CLUB, Instagram: bss\_ues
- Estar dentro del equipo BS UES, siendo un atleta constante puedes obtener una BECA.

- Al comprar una camiseta obtiene un descuento en taquilla cuando el equipo juega de local
- Rifa de camiseta con las personas que estén siguiendo la página
- Paquetes de publicidad para los patrocinadores ya sea en menciones de jugadoras en entrevistas o publicaciones en redes sociales.

### **PLAN DE ACCIÓN.**

- Búsqueda de patrocinadores.
- Hacer publicidad para las marcas que patrocinan el proyecto.
- Se contratará personal capacitado en el área de comunicaciones, redes sociales y marketing digital.
- Volantes informativos.
- Venta y rifas de camisetas.
- Transmitir los encuentros deportivos en las redes sociales del equipo BS UES.
- Promover en juegos interfacultades la presencia del equipo BS UES e invitar a que las jugadoras se sumen al equipo.

**PRESUPUESTO.**

<b>Pago de trabajadores</b>	<b>\$15,000</b>
<b>Afiches y banners</b>	<b>\$ 2,000</b>
<b>Infraestructura</b>	<b>\$20,000</b>
<b>Transporte</b>	<b>\$3,000</b>
<b>Viáticos</b>	<b>\$4,000</b>
<b>Implementos deportivos</b>	<b>\$4,000</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 48,000</b>

## **SUPERVISIÓN.**

- Realizar convenios con marcas o empresas que patrocinan los implementos deportivos, hidratación y suplementación para los atletas.
- A través de los medios de comunicación y plataformas digitales promocionar los patrocinadores y promover la marca y así mismo el equipo.
- Se realizarán convocatorias para que los profesionales en dichas áreas puedan entregar sus currículos y de esta forma seleccionar a las personas más calificadas.
- Elaboración y colocación de volantes informativos con información del equipo en todas las facultades de la universidad.
- Realizar rifas de camisetas con el número de las jugadoras del equipo, para participar tienen que invitar a cinco personas y estas cinco personas tienen que seguir la página.
- El personal contratado para el manejo de la comunicación y de redes sociales transmitirán los encuentros deportivos en la página oficial del equipo BS UES femenino.
- Promover en juegos interfacultades la presencia del equipo BS UES e invitar a que las jugadoras se sumen al equipo.
- Se establecerá una reunión mensual para revisión del proceso de marketing y resultados del plan de marketing, dicha reunión se llevará a cabo en las instalaciones del complejo deportivo de la Universidad de El Salvador.

**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**

**MODULO 2: “ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS”**

**TRABAJO PRESENTADO POR:**

Samuel Isaac Córdova Molina. CM10064

Josseth Alexander Molina Rivera. MR15022

Carlos Arnoldo Guerrero Gómez. GG11081

Steven Ernesto Palencia Cabrera. PC15013

Wendy Beatriz Ascencio Godinez. AG16010

**DOCENTE TUTOR**  
**LIC. BORIS EVERT IRAHETA**

## MODULO 2: “ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS”

### Resumen Ejecutivo.

El fútbol playa a nivel nacional ha tomado mayor auge a medida que el tiempo transcurre y la rama femenina no es la excepción ya que la actual administración de INDES tomó a bien crear una liga a nivel nacional y es por ello que la universidad de el salvador cuenta con un equipo federado de fútbol playa tanto masculino como femenino que participa en la liga nacional de fútbol playa.

Con respecto a lo anteriormente planteado se diseñó una encuesta dirigida a las atletas pertenecientes al equipo BS UES FEMENINO con el objetivo de indagar la opinión del nivel de satisfacción de los usuarios del programa de fútbol playa que ejecuta la universidad de el salvador, san salvador 2022.

Para el desarrollo de la encuesta, se utilizó una muestra de 17 personas pertenecientes al equipo BS UES FEMENINO de manera virtual en la plataforma de google.

El instrumento utilizado fue un cuestionario que consiste en 20 preguntas del grado de satisfacción de las atletas que pertenecen al equipo siendo: 1 no generó opinión, 2 muy insatisfecho, 3 insatisfecho, 4 satisfecho y 5 muy insatisfecha; estas preguntas se dimensionan en: instalaciones, personal técnico y logística y publicidad.

La participación de las personas encuestadas fue de carácter voluntario, en primera instancia se tuvo contacto directo con el técnico y las jugadoras del equipo para darle a conocer el objetivo del estudio y en qué consiste.

En cuanto al procesamiento de datos se realizó de manera automática en google, luego se realizó el análisis del estudio de las variables que se clasificaron en Instalaciones Deportivas, Cuerpo Técnico y Publicidad y Logística.

## **FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA**

### **Nombre de la encuesta:**

Encuesta de opinión del nivel de satisfacción de los usuarios del programa de fútbol playa que ejecuta la universidad de el salvador, san salvador 2022.

### **Institución responsable:**

Samuel Isaac Cordova Molina.  
Wendy Beatriz Ascencio Godinez  
Steven Ernesto Palencia Cabrera  
Carlos Arnoldo Guerrero Gómez  
Jhosep Alexander Molina Rivera

### **Fecha de recolección de la información**

Junio de 2022.

### **Marco Muestra**

Jugadoras del equipo BS UES FEMENINO de la Universidad de El Salvador.

Tamaño de la muestra

17 Atletas

### **Técnica de recolección de datos**

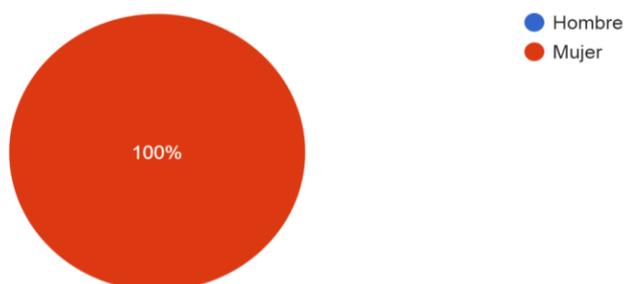
Cuestionario de Preguntas en donde se medía la escala de nivel de satisfacción de 1 a 5

### **Fecha del reporte**

28 de junio de 2022.

## RESULTADOS.

**Gráfico 1. Distribución de persona según el sexo.**



Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

Para el caso de este estudio los porcentajes obtenidos fueron de 100% de mujeres.

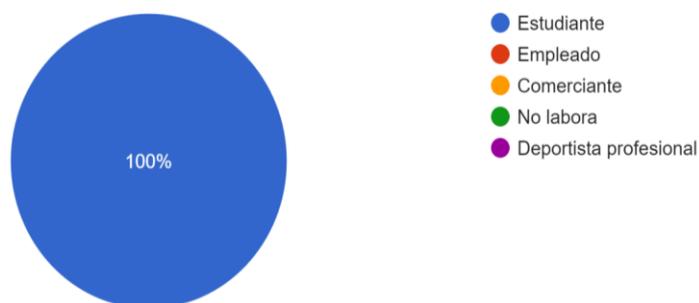
**Gráfico 2. Tabla 1. Edad de las personas encuestadas.**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 a 19	1	5.9%
20 a 24	13	76.5%
25 a 29	3	17.6%
30 o más	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

En la tabla 1 se observa los rangos de edades, frecuencias y porcentajes de la muestra de la población estudiada. En el rango 15-19 años se observa la frecuencia de 1 persona en este rango de edad que representa el 5.9%. Por otra parte para las edades de 20-24 se tiene una frecuencia de 13 personas que representan en porcentaje el 76.5%. Para el rango de 25-29 años la frecuencia es de 3 personas con un porcentaje de 17.6%. En la edad de 30 o más no se tiene participación quedando con un 0%.

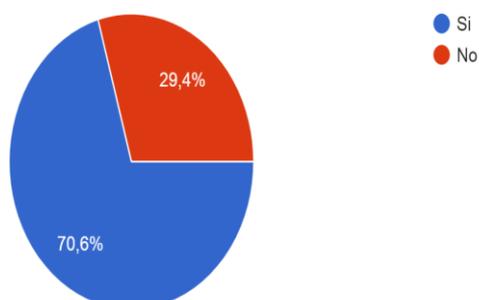
### Gráfico 3. Ocupación



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

Con respecto a que se dedican las personas encuestadas se obtuvo un 100% de personas que son propiamente estudiantes.

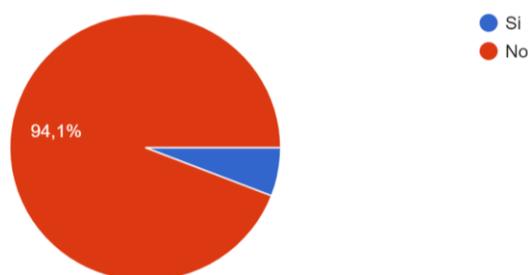
### Gráfico 4. ¿Prácticas otra modalidad más al fútbol playa?



Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta.

Con relación a la pregunta si practican otra modalidad u otro deporte más aparte del fútbol playa se aprecia que la mayoría con un 70,6% practican otro deporte aparte de la modalidad del fútbol playa aunque se desconocen con exactitud las otras modalidades que practican, el 29,4% solo practica la modalidad de fútbol playa.

### Gráfico 5. ¿Recibes algún incentivo económico por parte del equipo?

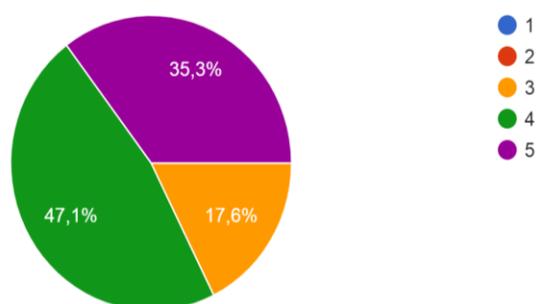


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

El gráfico 5 muestra que la cantidad de atletas en su mayoría no cuentan con un incentivo económico por parte del equipo BS UES según la encuesta y solo una atleta de las 17 goza de ese incentivo económico; siendo así que el 94.1% expresaron que no cuentan con dicho incentivo.

### Gráfico 6. Estado de las instalaciones del complejo deportivo de la Universidad de El Salvador.

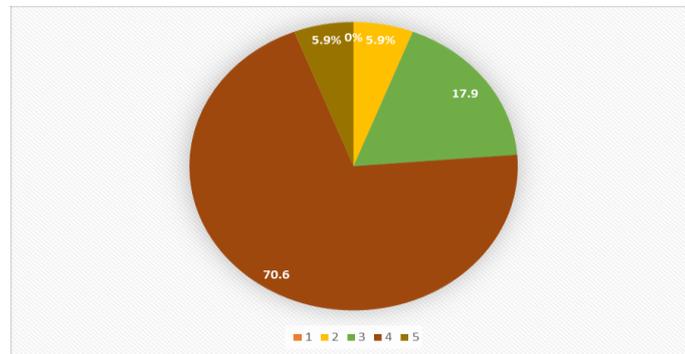
Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.



Los datos reflejados en el gráfico 6 según las personas encuestadas se observa en la gráfica que la opción 4 con el 47.1% se encuentra satisfecho con el estado de las instalaciones del complejo deportivo de la Universidad de El Salvador y en la opción 5 el 35.3% se encuentra muy satisfecho con las instalaciones deportiva y solo un 17.6% en la opción 3 de las personas encuestadas están insatisfechas.

### Gráfico 7. Condición de baños y vestuarios.

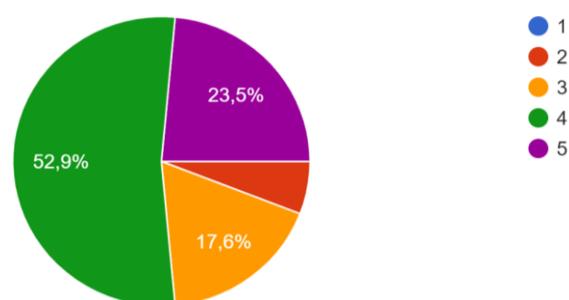
Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.



Los datos reflejan que la opción 4 es la que predomina con la cantidad de respuestas, con un 70.6% las personas encuestadas se encuentran satisfechas con la condición de los baños y vestuarios, la opción 3 con un 17.9% se encuentra insatisfechas y arrojando dos datos con la misma similitud se encuentra la opción 5 muy satisfecho con un 5.9% y la opción 2 muy insatisfecho con un 5.9%.

### Gráfico 8. Condición de la cancha donde se realizan las prácticas.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

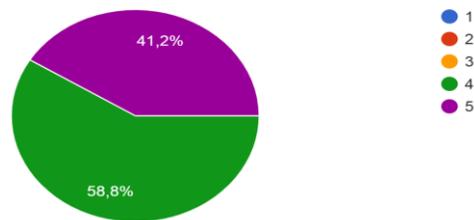


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

Según las personas encuestadas observamos que la mayor parte con mayor respuesta es la opción 4 con un 52.9% se encuentra satisfecho con la condición de la cancha donde realizan las prácticas, siendo así la opción 5 el 23.5 está muy satisfecho y en la opción 3 el 17.6% se expresa estar insatisfecho y por último la opción 2 con el 5.9% que se muestra muy insatisfecho.

### Gráfico 9. Está satisfecho con los horarios de entrenamiento.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

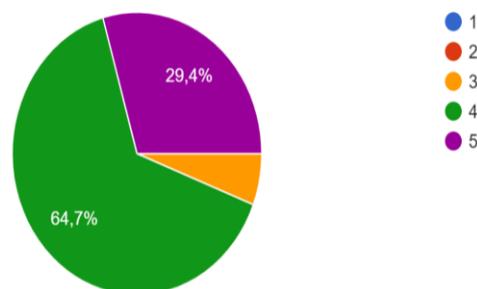


Fuente: Elaboración propia con base de datos de encuesta

Referente a la satisfacción con los horarios de entreno dos respuestas fueron las más elegidas siendo la opción 4 con un 58.8% manifiestan estar satisfechas y la opción 5 con un 41.2% están muy satisfechas con los horarios de entreno, estos resultados se pueden deber a la accesibilidad que brinda el entrenador para realizar los entrenos y adaptar los horarios de entreno lo máximo posible para que todas las atletas puedan asistir.

### Gráfico 10. Calificación del orden y la limpieza del lugar donde se realizan los entrenamientos.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

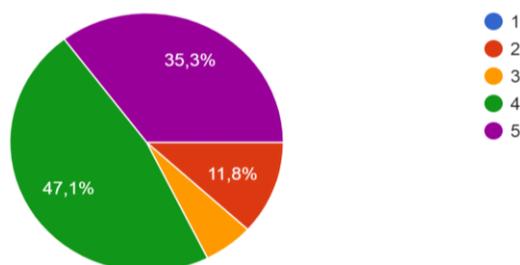


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

Con respecto a la calificación del orden y la limpieza del lugar donde se realizan los entrenamientos encontramos en la opción 4 un porcentaje de 64.7% de las personas que expresan estar satisfechas y en la opción 5 un 29.4% se encuentran muy satisfechas y en la opción 3 un 5.9% que manifiestan sentirse insatisfechos.

### Gráfico 11. Condición de los implementos deportivos.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

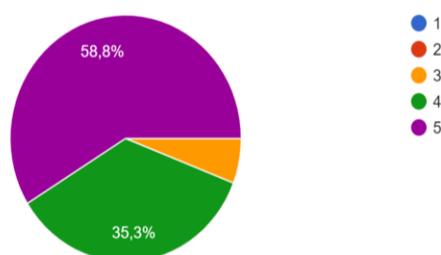


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

En lo que concierne en cuanto a la condición de los implementos deportivos se puede observar que la opción con más porcentaje es la opción 4 (satisfecho), la opción con mayor porcentaje alcanzando el 47.1% se encuentra (satisfecha); la opción que le sigue es la 5 (muy satisfecho) con un porcentaje de 35.3% de personas que se encuentran muy satisfechas con la condición de los implementos deportivos, luego sigue en tercera posición la opción 2 (muy insatisfecho) con el 11.8% y por último la opción 3 (insatisfecho) con el 5.8%.

### Gráfico 12. Calificación de la metodología de entrenamiento por parte del técnico.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

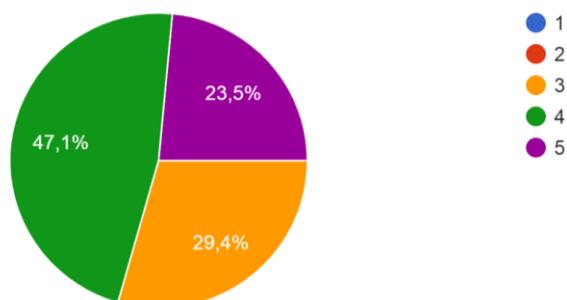


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta

Con respecto a la calificación de la metodología de entreno por parte del entrenador se aprecia siendo el dato mayor con el 58.8% de las personas encuestadas que se encuentran muy satisfechas con la metodología y con un 35.3% de las personas que reflejan sentirse satisfechos, y un 5.9% de una persona que se siente insatisfecho por parte de dicha calificación.

### Gráfico 13. Cómo califica la ayuda de los asistentes en la práctica deportiva.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

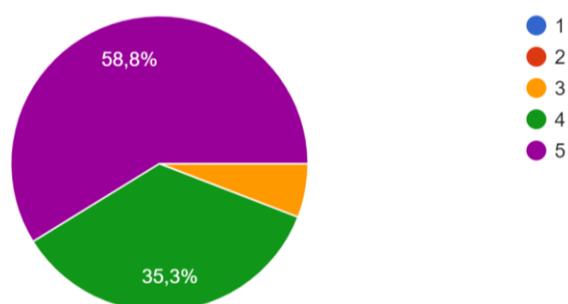


Fuente: Elaboración propia con base a datos de encuesta.

Las personas encuestadas expresaron como se evidencia en el gráfico 13 que la opción 4 (satisfecho) con un 47.1% fue la más elegida, luego le sigue la opción 3 (insatisfecho) con un 29.4% y muy cercana estará la opción 5 con un 23.5%.

### Gráfico 14.El entrenador cumple con los horarios establecidos.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

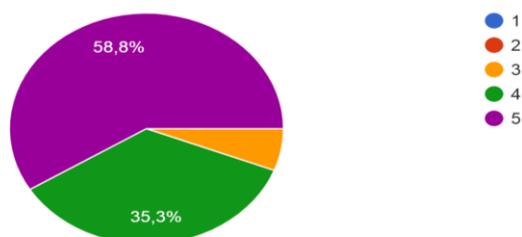


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

En el gráfico 14 se observa la opción 5 con el mayor porcentaje de un 58.8% de las personas que se encuentran muy satisfechas con el cumplimiento de horarios por parte del entrenador, siendo así la opción 4 con un 35.3% que reflejan sentirse satisfechas y el 5.9% insatisfecha.

### Gráfico 15. El personal técnico brinda un trato profesional a las atletas.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

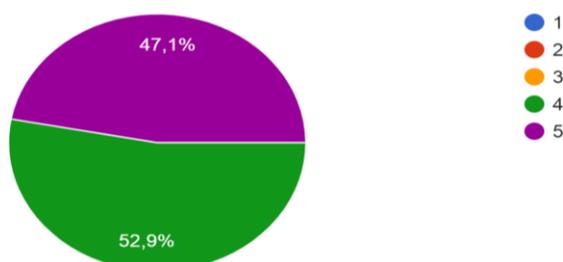


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

Al consultar a las personas encuestadas en relación a el nivel de satisfacción con el trato profesional que brinda el personal técnico, la opción 5 se encuentra muy satisfecho con un porcentaje del 58.8% y le sigue la opción 4 encontrándose satisfecho con un porcentaje del 35.3%, por último con un 5.9% la opción 3 no encontrándose satisfecho con el trato profesional que brinda el personal técnico.

### Gráfico 16. Cómo califica el uso de las redes sociales por parte del equipo BS UES Femenino.

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

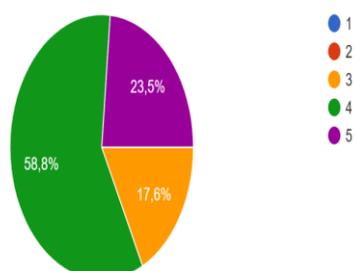


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

El gráfico 16 evidencia el buen manejo de las redes sociales por parte del equipo BS UES Femenino, obteniendo resultados positivos, con el mayor porcentaje está la opción 4 encontrándose satisfechas las atletas encuestadas con un porcentaje de 52.9% y la opción 5 con un 47.1% mostrándose muy satisfechas.

**Gráfico 17. Cree que el transporte que brinda el equipo BS UES FEMENINO es adecuado para trasladarse a los eventos deportivos.**

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.

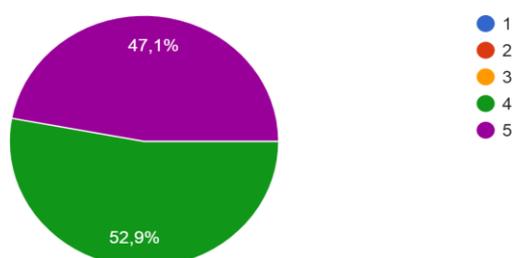


Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

El gráfico 17 evidencia que la opción 4 es la de mayor porcentaje con un 58.8% de las personas encuestadas que se sienten satisfechas del transporte que les brinda el equipo BS UES para trasladarse a los eventos deportivos. Siendo así la opción 5 con un porcentaje de 23.5% de las personas que muestran sentirse satisfechas y la opción 3 con un 17.6% se sienten insatisfechas.

**Gráfico 18. Como califica los recursos (fisioterapeuta, nutricionista, psicólogo, kinesiólogo) que brinda el equipo BS UES Femenino.**

Siendo: 1 No genero Opinión, 2 Muy Insatisfecho, 3 Insatisfecho, 4 Satisfecho y 5 Muy Satisfecho.



Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta.

Referente a los recursos que brinda el equipo BS UES Femenino con un 52.9% la opción número 4 se encuentran satisfechos y con un 47.1% la opción número 5 se encuentran muy satisfechos, estos resultados se pueden deber a que el equipo BS UES Femenino cuenta con diferentes herramientas que facilitan el desarrollo de actividades y que cuenta con recursos humanos profesionales de diferentes carreras que apoyan a las atletas y en otros equipos es difícil tener acceso a ese tipo de ayuda profesional que faciliten la recuperación o el manejo de las atletas.

## **CONCLUSIÓN.**

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las atletas BS UES FEMENINO nos muestran que las edades rondan entre 17 a 29 años de edad y que en su totalidad son estudiantes de la Universidad de El Salvador.

También nos muestra que en su mayoría practica alguna otra modalidad deportiva y en cuanto a que si reciben algún incentivo económico por parte del equipo BS UES FEMENINO se tiene que solo una atleta recibe tal incentivo y que las demás no; con respecto a las instalaciones deportivas donde se realizan las prácticas o entrenamiento están satisfechas del lugar.

En su totalidad las atletas son estudiantes y por ello los horarios de entrenos se hacen más flexibles para que las atletas puedan asistir a las prácticas con mayor regularidad.

Además en cuanto a los implementos deportivos con los que practica el equipo BS UES FEMENINO según los datos recabados muestran que están satisfechas. Esto permite que el entrenador realice los entrenos de una manera más eficiente y por ende las atletas manifiestan estar satisfechos con la metodología implementada por parte del entrenador, así mismo están satisfechos con el trato profesional que brinda el cuerpo técnico. Por otra parte se puede destacar que el equipo BS UES FEMENINO cuenta con recursos profesionales que mejora el rendimiento del equipo y que otras instituciones deportivas no pueden acceder por distintas causas.

## **RECOMENDACIONES**

Brindar mayor información por parte del equipo BS UES FEMENINO sobre el beneficio a las atletas ya que pueden acceder a una beca deportiva por pertenecer a la institución y así generar mayor publicidad y que más atletas se sumen al equipo.

Contar con más Recursos Humanos que faciliten la distribución de roles dentro de la institución o club deportivo.

Mejorar y ampliar el uso de las distintas plataformas que utiliza el equipo BS UES para la publicidad ya que solo se hace uso de Facebook e Instagram.

Gestionar recursos económicos o becas universitarias por parte de la institución hacia las atletas pertenecientes 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**



**BS UES FEMENINO**

**MODULO 3: “GESTION DE CALIDAD”**

**ELABORADO POR:**

<b>JOSSETH ALEXANDER MOLINA RIVERA</b>	<b>MR15022</b>
<b>WENDY BEATRIZ ASCENCIO GODINEZ</b>	<b>AG16010</b>
<b>STEVEN ERNESTO PALENCIA CABRERA</b>	<b>PC15013</b>
<b>SAMUEL ISAAC CORDOVA MOLINA</b>	<b>CM10064</b>
<b>CARLOS ARNOLDO GUERRERO GÓMEZ</b>	<b>GG11081</b>

**DOCENTE**

**LIC. BORIS EVERT IRAHETA**

## **MODULO 3: GESTION DE CALIDAD**

### **INTRODUCCIÓN**

El presente cuestionario de autoevaluación del equipo “BS UES” femenino está orientado bajo el enfoque EFQM, dicho enfoque es un modelo de gestión y control de calidad, el modelo EFQM es un marco de gestión, reconocido a nivel mundial, que te ayuda a abordar la transformación desde el punto de vista de la gestión, para alcanzar el éxito y mejorar significativamente el rendimiento de la organización o empresa orientado a la búsqueda de la excelencia al momento de vender los productos de la empresa.

En la elaboración del presente cuestionario para el equipo BS UES, se tomarán en cuenta aspectos administrativos y deportivos, así como también la información contenida en los actuales planes estratégico y operativo de la organización.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General:**

Desarrollar un modelo de gestión de excelencia (EFQM), que permita posicionar y mejorar el rendimiento deportivo y también el de la marca BS UES a nivel nacional y regional.

### **Objetivo Específicos:**

- Conocer la calidad de la dirección, gestión y funcionamiento del personal del equipo BS UES utilizando un cuestionario de autoevaluación basado en el enfoque EFQM para el control de calidad
- Obtener información que permita reconocer fallos o debilidades de la organización y así realizar mejoras y cambios en el plan estratégico y plan operativo del equipo y que permita potenciar la marca BS UES.

## **PUNTUACIÓN ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO**

Hay diversos métodos para realizar el proceso de autoevaluación. El más completo es el denominado “por simulación de presentación al premio”. La EFQM reconoce mediante la concesión de un “premio” el trabajo en calidad realizado por una organización. Este método es el más laborioso, ya que exige la confección de una memoria según los requisitos de la EFQM para la presentación al premio. A continuación, se detallan los criterios que abarcan el cuestionario de autoevaluación y su ponderación.

<b>N °</b>	<b>CRITERIOS AGENTES</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>	<b>N °</b>	<b>CRITERIOS RESULTADOS</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>1</b>	<b>Liderazgo</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>Resultados en los clientes</b>	<b>200</b>
<b>2</b>	<b>Política y estrategia</b>	<b>80</b>	<b>7</b>	<b>Resultados en las personas</b>	<b>90</b>
<b>3</b>	<b>Personas</b>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>Resultados en la sociedad</b>	<b>60</b>
<b>4</b>	<b>Alianzas y Recursos</b>	<b>90</b>	<b>9</b>	<b>Resultados clave</b>	<b>150</b>
<b>5</b>	<b>Procesos</b>	<b>140</b>			
<b>SUB-TOTAL</b>		<b>500</b>	<b>SUB-TOTAL</b>		<b>500</b>
<b>TOTAL 1,000 pts.</b>					
<b>CRITERIOS</b>				<b>PORCENTAJE</b>	

<b>AGENTES</b>	<b>50%</b>
<b>RESULTADOS</b>	<b>50%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

#### **Escala de valoración.**

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

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

## CRITERIOS AGENTES

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

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

Indique con una "X" si hay evidencia presente con un valor 12.50, o con "0" si considera evidencia ausente con valor de 0 puntos.

<b>Subcriterio 1a) Los líderes BS UES FEMENINO desarrollan la misión y la visión con principios culturales como modelo de excelencia en la sociedad?</b>	<b>50 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>1a.1) Se evalúa y mejora los comportamientos personales en el área de liderazgo.</b>	<b>12.50</b>
<b>1a.2) Se establecen comisiones para el trabajo colectivo para las actividades planificadas.</b>	<b>12.50</b>
<b>1a.3) Se ejecuta la misión y la visión por parte del BS UES.</b>	<b>0</b>
<b>1a.4) Se desarrollan actividades como modelo de excelencia, culturales con valores éticos.</b>	<b>12.50</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>37.50</b>

**En el subcriterio 1b utilice el siguiente:**

Indique con una "X" si hay evidencia presente con un valor 12.50, o con "0" si considera evidencia ausente con valor de 0 puntos.

<b>Subcriterio 1b) Los líderes interactúan con patrocinadores, socios y representantes de las sociedades deportivas.</b>	<b>50 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>1b.1) Se trabaja en asociaciones profesionales, conferencias y seminarios deportivos.</b>	<b>12.50</b>
<b>1b.2) Se participa en actividades de mejora al club BS UES</b>	<b>12.50</b>
<b>1b.3) Se establece la alianza con patrocinadores y socios deportivos locales</b>	<b>12.50</b>
<b>1b.4) Se fomentan actividades dirigidas para mejorar el ambiente local y global en las sociedades deportivas.</b>	<b>12.50</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>50</b>

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

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

Indique con una "X" si hay evidencia presente con un valor 20 puntos, o con "0" si considera evidencia ausente con valor de 0 puntos.

<b>Subcriterio 2a) La política y estrategia se basa en las necesidades de desarrollo e intereses actuales y futuros en el grupo BS UES?.</b>	<b>40 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>2a.1) Se ha establecido un plan de desarrollo de la estrategia a partir de la información relevante?.</b>	<b>20</b>
<b>2a.2) Se evalúa la efectividad del proceso de planificación?.</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>40</b>

<b>Subcriterio 2b) El equipo está recopilando, analizando y utilizando la información para definir planes y estrategias: Patrocinadores y marketing.</b>	<b>40 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>2b.1) Se formula una estrategia en BS UES a largo plazo.</b>	<b>20</b>
<b>2b.2) Se alinea la estrategia de la organización con los patrocinadores.</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>40</b>

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

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

<b>Subcriterio 3a) Existe un proceso de selección de personal que garantice la igualdad de oportunidades en el BS UES.</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>3a.1) Se utiliza un responsable de selección de recursos humanos en el equipo BS UES.</b>	<b>15</b>
<b>3a . 2) Se fomenta la formación continua.</b>	<b>15</b>
<b>3a.3) Se evalúa la efectividad de formación.</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>45</b>

<b>Subcriterio 3b) Se mide la satisfacción de las atletas y se recoge sus opiniones mediante encuestas y se ponen en marcha planes de solución.</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	
<b>3b.1) Se revisa periódicamente el nivel de cumplimiento de los objetivos.</b>	<b>15</b>
<b>3b.2) Conociendo los resultados de las evaluaciones se realiza un trabajo especializado para mejorar el rendimiento.</b>	<b>15</b>
<b>3b.3) Existe un programa de sugerencia para mejorar el rendimiento.</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>45</b>

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

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

<b>Subcriterio 4a) Existen reuniones al más alto nivel entre la organización y sus patrocinadores</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>4a.1) Se realizan estudios para identificar nuevas posibilidades de patrocinio.</b>	<b>15</b>
<b>4a.2) Qué mecanismos tiene la organización para el desarrollo mutuo con sus patrocinadores</b>	<b>15</b>
<b>4a.3) Se evalúa y se mejora la gestión de relación con sus patrocinadores.</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>45</b>

<b>Subcriterio 4b) Existe una planificación de gestión de recursos económicos y financieros para el club.</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>4b.1) Existen una gestión de riesgo financiero para el club</b>	<b>0</b>
<b>4b.2) existe un programa de gestión de activos</b>	<b>0</b>
<b>4b.3) Se gestiona la seguridad de los activos.</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>0</b>

**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

<b>Subcriterio 5a) Se tiene en cuenta a la hora de fijar los objetivos y estándares las informaciones procedentes de las jugadoras.</b>	<b>70pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>5a.1) Se consideran los resultados obtenidos en torneos pasados a la hora de establecer los objetivos futuros.</b>	<b>35</b>
<b>5a.2) Se revisa y mejora la efectividad del sistema de gestión de procesos.</b>	<b>35</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>70</b>

<b>Subcriterio 5b) Se imparten cursos de formación sobre la técnica, creatividad, trabajo en equipo etc. dirigida a estimular el talento creativo e innovador de las jugadoras.</b>	<b>70 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>5b.1) Se realiza un seguimiento de los resultados de dicho curso.</b>	<b>35</b>
<b>5b.2) Se comunican los cambios que se realizan en el BS UES.</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>35</b>

## CRITERIOS RESULTADOS

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

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

<b>6a) Medidas de percepción.</b>	<b>100 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>6a.1 Obtiene información directa a la percepción que tienen los atletas respecto a aquellos aspectos que inciden directamente en su alto nivel?</b>	<b>100</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>100</b>

<b>6b) Indicadores de rendimiento.</b>	<b>100 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>6b.1) ¿Se han identificado los indicadores internos de rendimiento que inciden en el nivel de las atletas?</b>	<b>100</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>100</b>

**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.

<b>7a) Medidas de percepción.</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	
<b>7a.1) ¿Se recogen y comparan los datos más relevantes correspondientes a los niveles de percepción de las atletas del BS UES con los de su competencia?</b>	<b>45</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>45</b>

<b>7b) Indicadores de rendimiento.</b>	<b>45 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>7b.1 La tendencia de resultados de los indicadores internos de rendimiento que inciden en el nivel de las atletas muestran una evolución positiva.</b>	<b>45</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>45</b>

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

Qué logros está alcanzando la organización en la sociedad

<b>8a) Medidas de percepción.</b>	<b>30 Pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>8a.1) ¿Los resultados de los indicadores relativos a la percepción que tienen los atletas Cumplen los objetivos de calidad marcados y frecuentemente los superan?</b>	<b>30</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>30</b>

<b>8b) Indicadores de rendimiento.</b>	<b>30 Pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>8b.1) Muestran una correlación y son consecuencia de las acciones de mejora en el equipo BS UES.</b>	<b>30</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>30</b>

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

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

<b>9a) Resultados clave del rendimiento del equipo BS UES.</b>	<b>75 pts</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>9a.1) ¿Mide de forma periódica y sistemática sus resultados en los torneos en lo económicos-financieros y no económicos?</b>	<b>75</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>75</b>

<b>9b) Indicadores de los resultados claves</b>	<b>75 pts.</b>
<b>EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>PUNTOS LOGRADOS</b>
<b>9a.1) ¿El equipo BS mide los resultados claves en cada torneo?</b>	<b>75</b>
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>	<b>75</b>

## RESULTADOS DE LA AUTOEVALUACIÓN

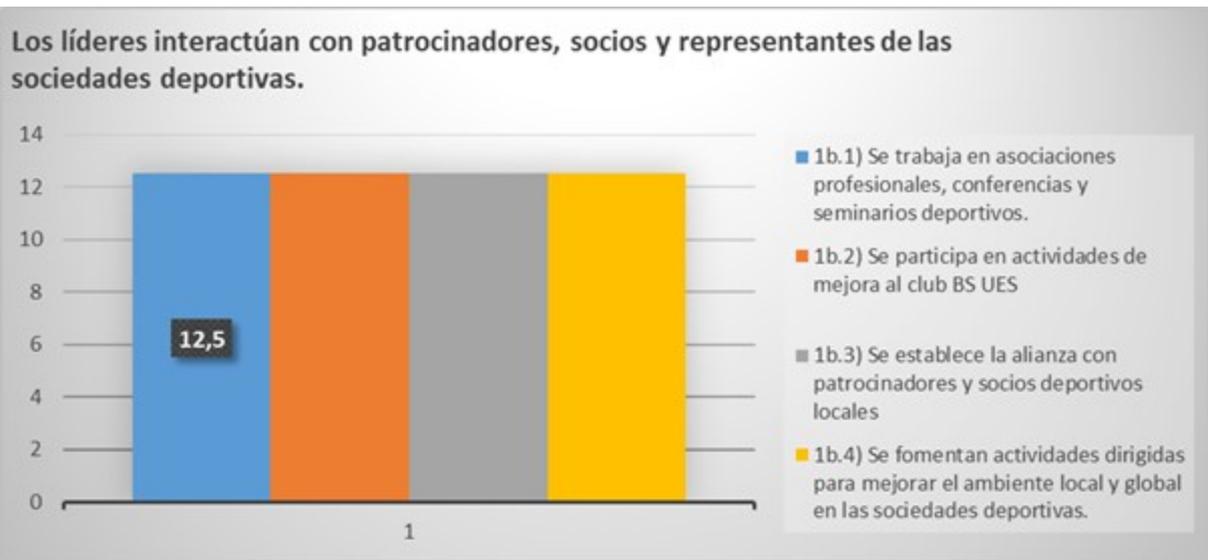
### PUNTAJE GLOBAL EN EL CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN.



Los criterios Agentes lograron un puntaje de 407.5 del total de 500 puntos posibles de logro y los criterios resultados alcanzaron 500 pts. Sumando ambos se obtiene un puntaje global de 807.5 puntos de 1000 posibles dando un 80.75% de calificación

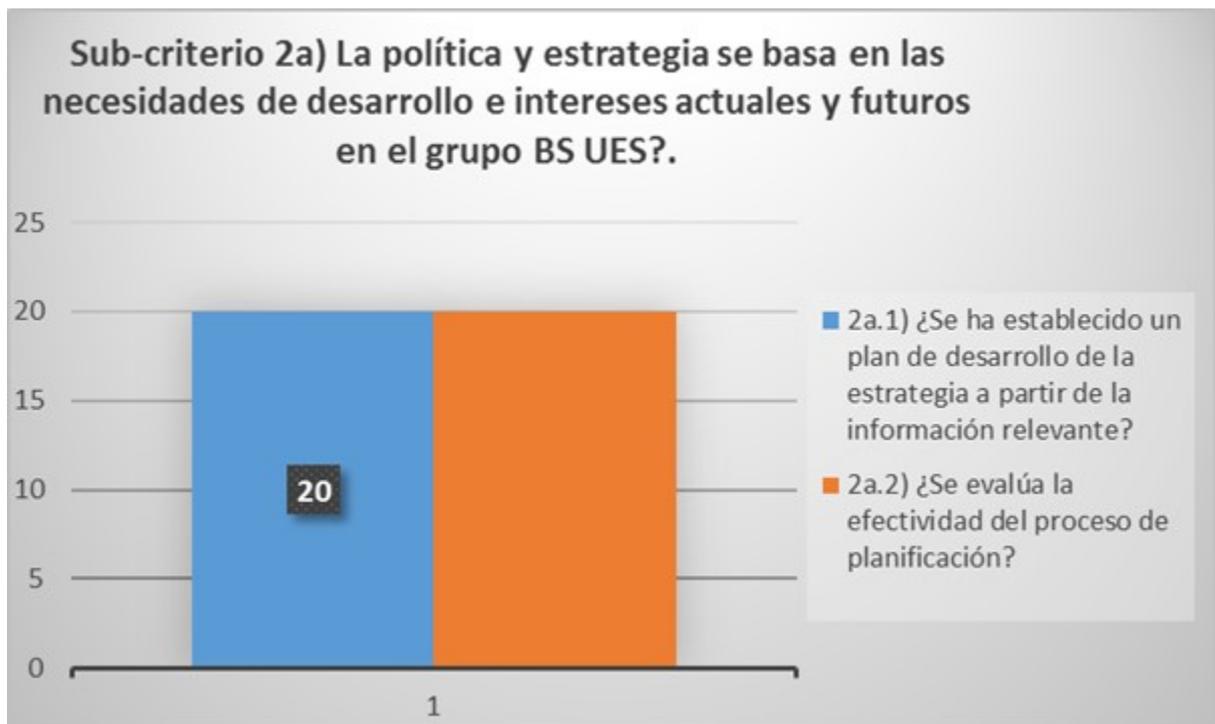
### Criterio de liderazgo.



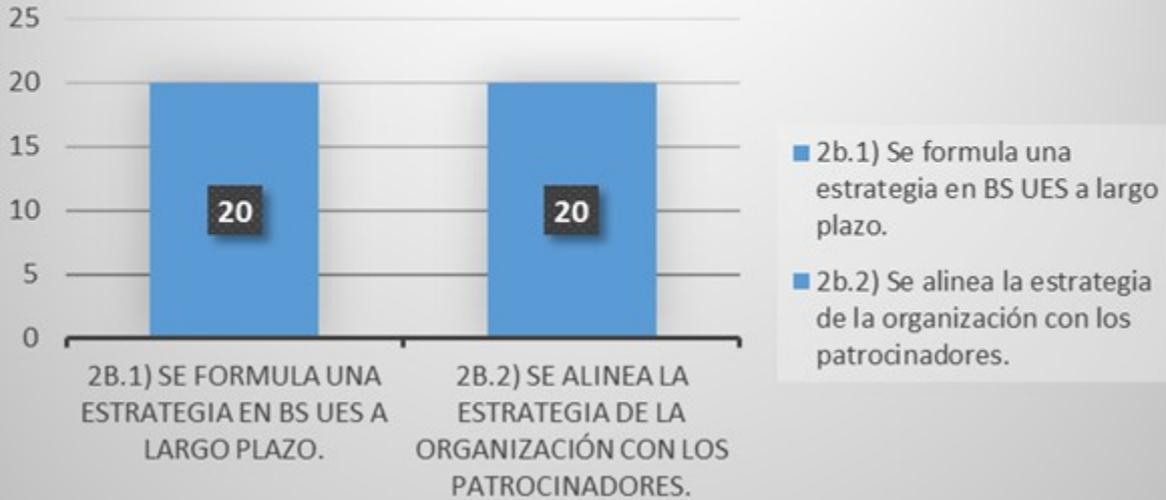


Los 100 puntos que otorga el criterio de liderazgo están distribuidos en 8 subcriterios que puntúan de 0 a 12.50 pts. Respectivamente. En subcriterio 1a.1 se lograron 12.50 pts.; en el 1a.2) se lograron 12.50 pts.; en el 1a.3) se lograron 0 puntos; en el 1a.4) se lograron 12.50 pts.; en el subcriterio 1b.1) se lograron 12.50 pts.; en el subcriterio 1b.2 se lograron 12.50 pts.; en el subcriterio 1b.3 se lograron 12.50 pts. Y en el subcriterio 1b.4 se lograron 12.50 pts. Logrando un 87.50 de 100 posibles en el criterio de liderazgo.

**Política y estrategia.**

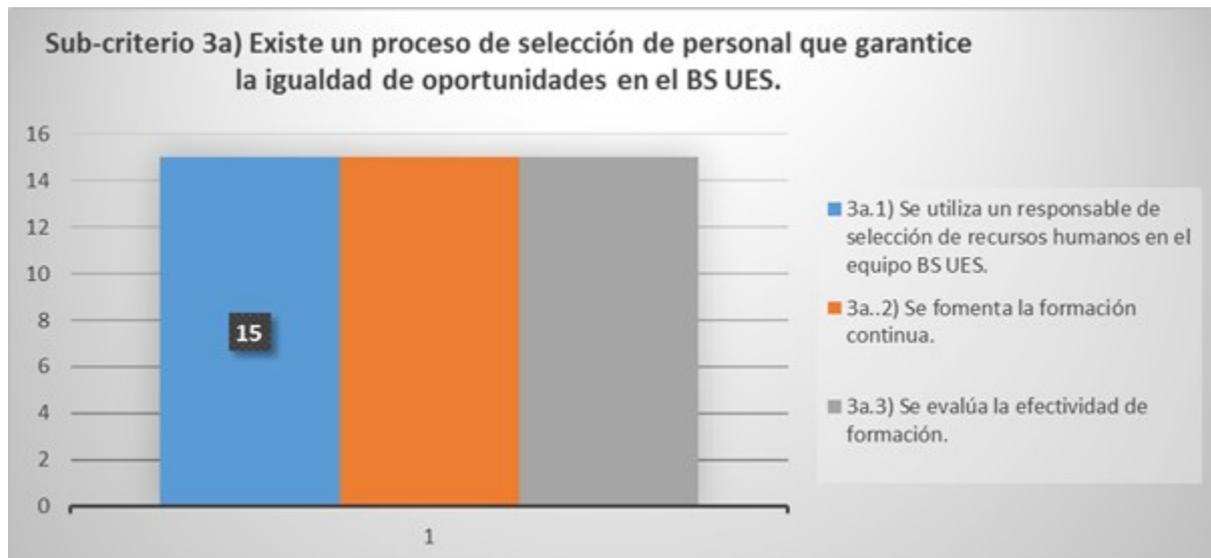


**Sub-criterio 2b) El equipo está recopilando, analizando y utilizando la información para definir planes y estrategias: Patrocinadores y marketing.**

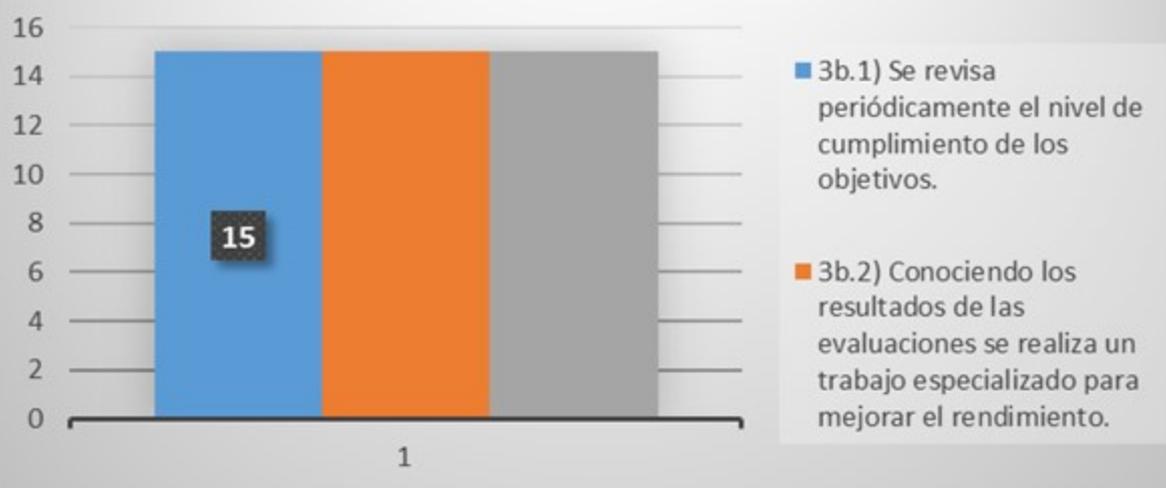


Los 80 puntos que otorga el criterio de política y estrategia están distribuidos en cuatro subcriterios que puntúan de 0 a 20 pts. Respectivamente. En 2a.1 se lograron 20 pts.; en el 2a.2 se lograron 20 pts.; en el subcriterio 2b.1 se lograron 20 pts.; en el subcriterio 2b.2 se lograron 20 pts.; logrando un total de 80 pts. De 80 posibles en el criterio de política y estrategia.

**Bloque para el criterio de personas.**

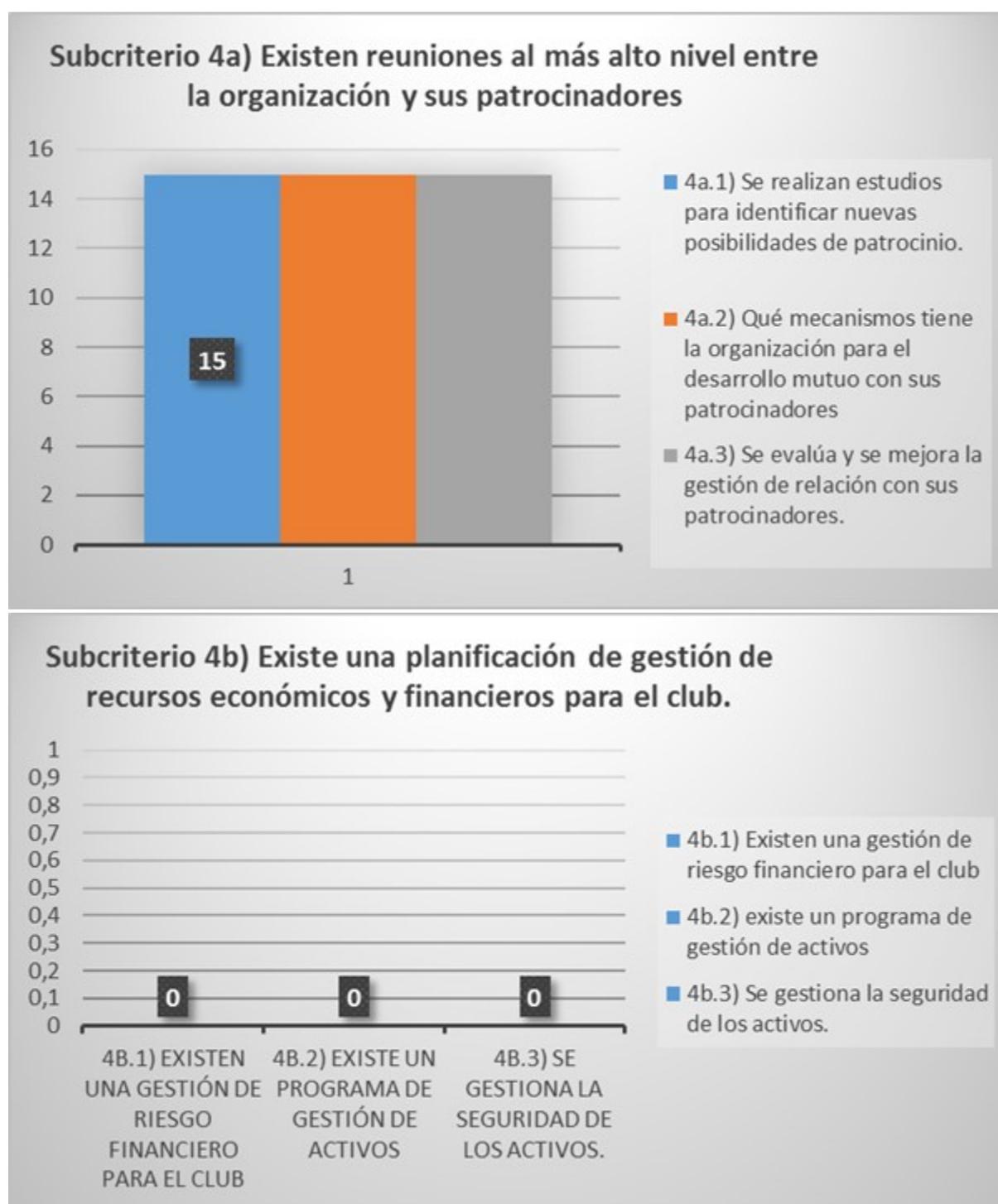


**Subcriterio 3b) Se mide la satisfacción de las atletas y se recoge sus opiniones mediante encuestas y se ponen en marcha planes de solución.**



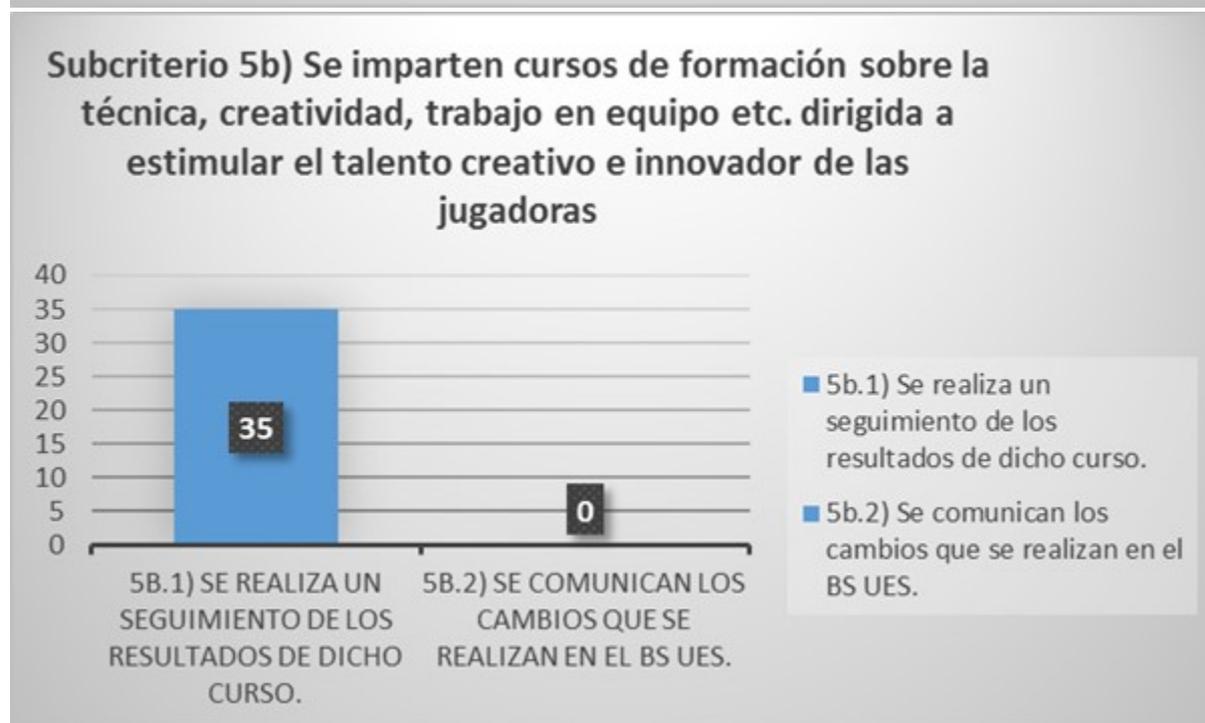
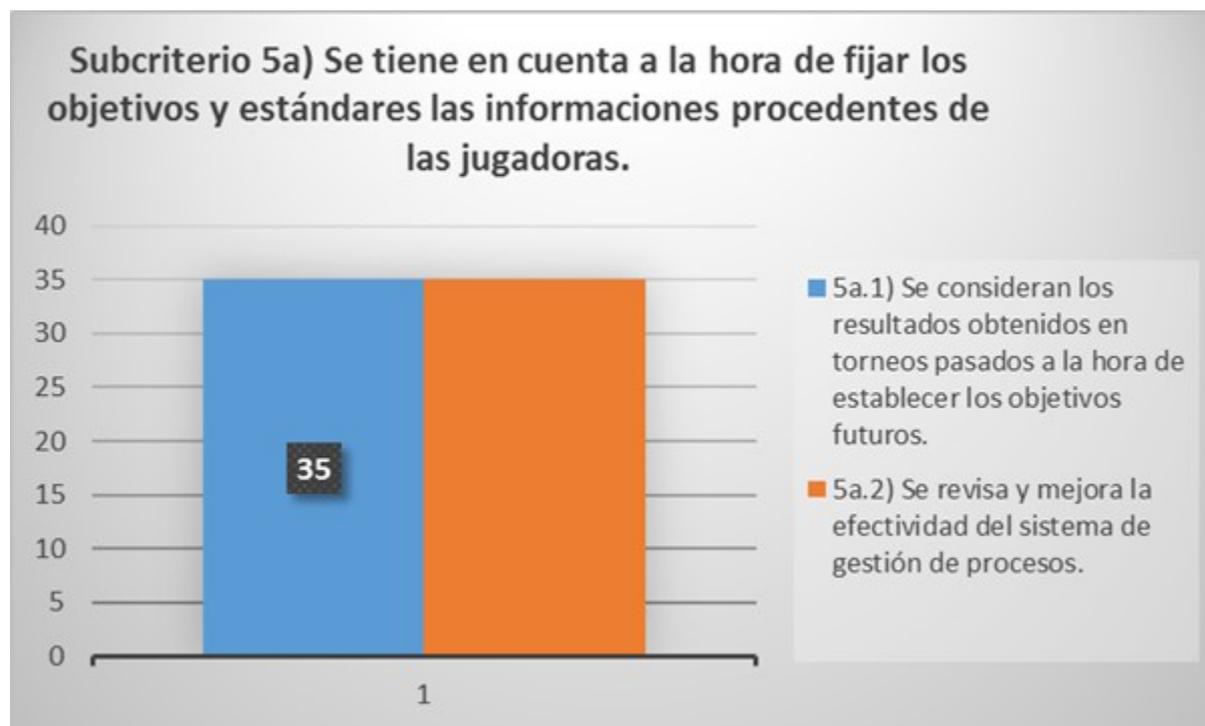
Los 90 pts. Que otorga el bloque de criterio de personas está distribuido en 6 subcriterios que puntúan de 0 a 15 pts. Respectivamente. en el subcriterio 3a.1 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3a.2 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3a.3 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3b.1 se lograron 15 pts.; en el criterio 3b.2 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3b.3 de lograron 15 pts., logrando un total de 90 pts. De 90 posibles en el bloque de criterio de personas.

## Bloque para el criterio de alianzas y recursos.



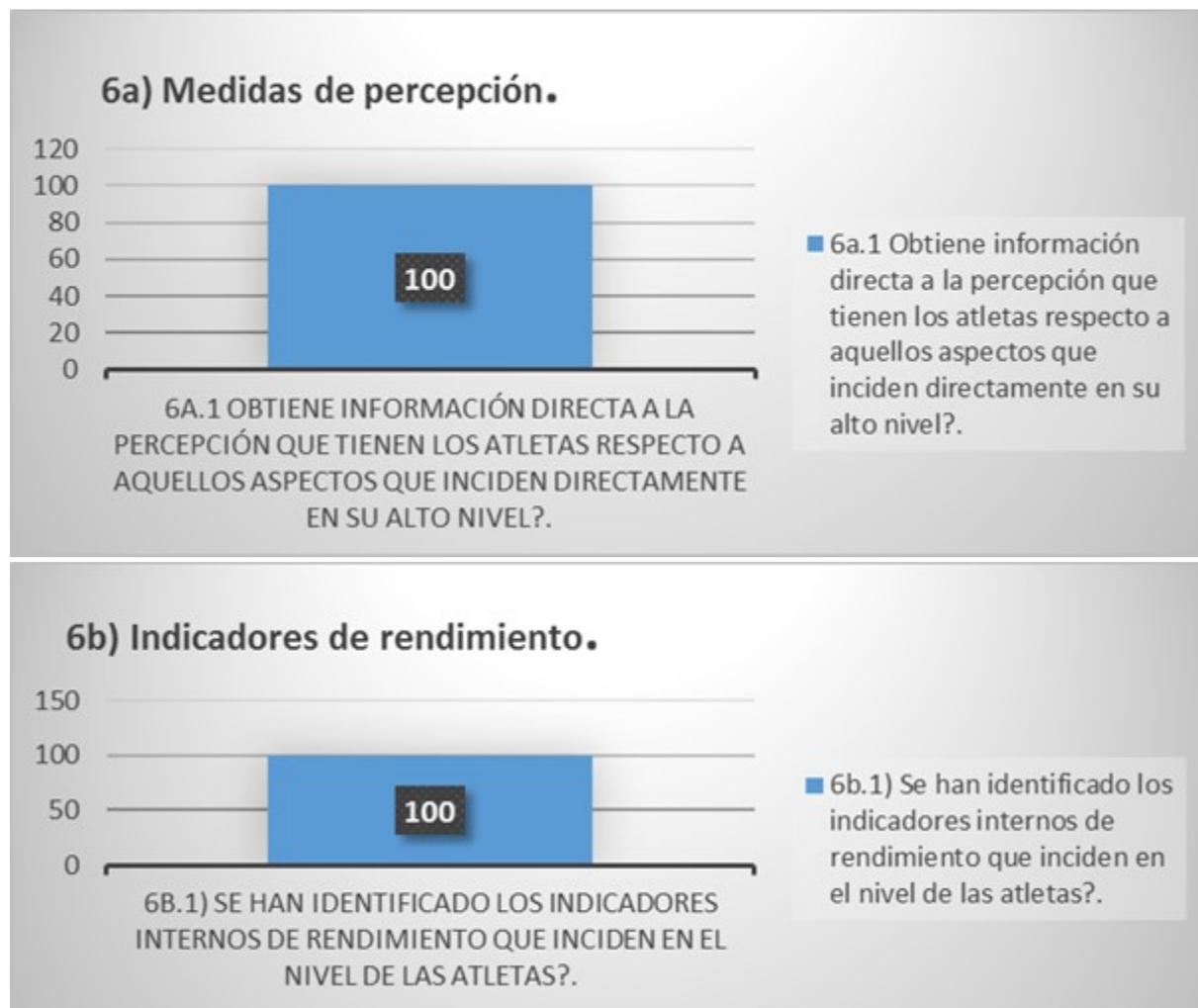
Los 90 pts. Que otorga el bloque de criterio de personas está distribuido en 6 subcriterios que puntúan de 0 a 15 pts. Respectivamente. En el subcriterio 3a.1 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3a.2 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3a.3 se lograron 15 pts.; en el subcriterio 3b.1 se lograron 0 pts.; en el criterio 3b.2 se lograron 0 pts.; en el subcriterio 3b.3 de lograron 0 pts., logrando un total de 45 pts. De 90 posibles en el bloque de criterio de personas.

## Bloque para el criterio de procesos.



Los 140 pts. Que otorga el criterio de procesos están distribuidos en cuatro subcriterios que puntúan del 0 a 35 pts. Respectivamente. En el subcriterio 5a.1 se lograron 35pts; en el subcriterio 5a.2 se lograron 35 pts.; en el subcriterio 5b.1 se lograron 35 pts.; en el subcriterio 5b.2 se lograron 0 pts.; logrando un total de 105 pts. De 140 posibles en el criterio de procesos.

## Criterio de resultados en los clientes.



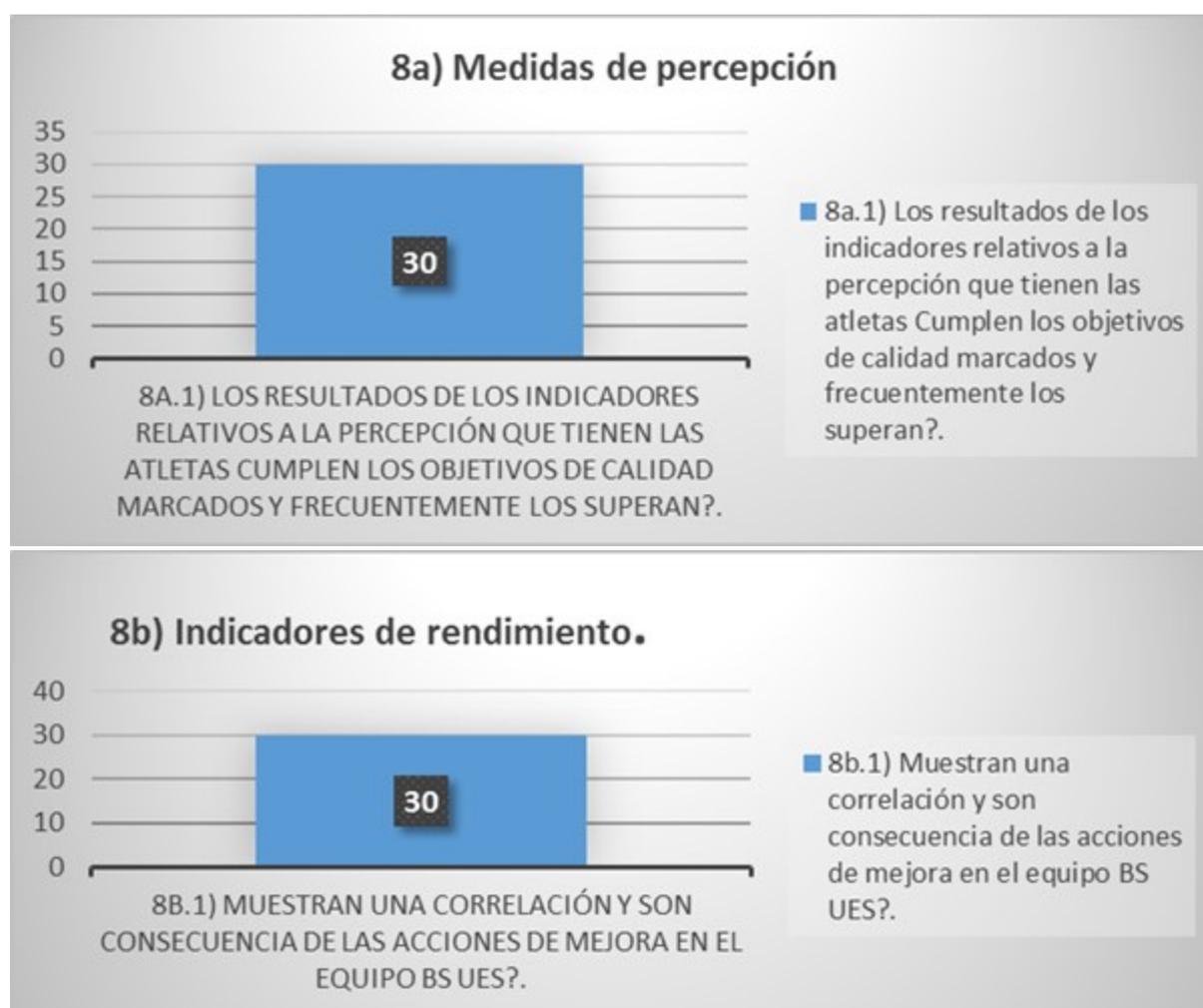
Los 200 pts. Que otorga el criterio de resultados en los clientes están distribuidos en dos subcriterios que puntúan de 0 a 100 pts. Respectivamente. En el subcriterio 6a.1 se lograron 100 pts.; en el subcriterio 6b.1 se lograron 100 pts. Logrando un total de 200 pts. De 200 posibles en el criterio de resultados en los clientes.

## Bloque para el criterio de resultados en las personas.



Los 90 pts. En el criterio de resultados en las personas están distribuidos en dos subcriterios que puntúan de 0 a 45 pts. Respectivamente. En el subcriterio 7a.1 se lograron 45 pts.; en el subcriterio 7b.1 se lograron 45 pts.; logrando un total de 90 pts. De 90 posibles en el criterio de resultados en las personas.

## Criterio de resultados en la sociedad.



Los 60 pts. Que otorga el criterio de resultados en la sociedad están distribuidos en dos subcriterios que puntúan de 0 a 30 pts. Respectivamente; en el subcriterio 8a.1 se lograron 30 pts.; en el subcriterio 8b.1 se lograron 30 pts.; haciendo un total de 60 pts. De 60 posibles en el criterio de resultados en la sociedad.

## Criterio de resultados claves.



Los 150 pts. Que otorga el criterio de resultados claves están distribuidos en dos subcriterios que puntúan de 0 a 75 pts. Respectivamente. En el subcriterio 9a.1 se lograron 75 pts.; en el subcriterio 9b.1 se lograron 75 pts.; logrando un total de 150 pts. De 150 posibles en el criterio de resultados claves.

## CONCLUSIONES.

- El puntaje global en el cuestionario de evaluación implementado en el equipo BS UES bajo el modelo EFQM de excelencia es de 807.5 puntos de 1000 posibles, este puntaje representa un 80.75% de logro y califica dentro del rango de excelencia alta según la escala de valoración propuesta en el presente cuestionario.
- Los criterios Agentes lograron un puntaje de 407.5 del total de 500 puntos posibles equivalente a 81.5%. El porcentaje logrado por los criterios agentes califica dentro del rango de excelencia alta en base a la escala de valoración propuesta en el cuestionario.
- Los criterios resultados lograron un puntaje de 500 de un total de 500 puntos posibles lo que equivale al 100%. El porcentaje logrado por los criterios resultados califica dentro del rango de excelencia superior en base a la escala de valoración propuesta en el cuestionario.

## **Recomendaciones.**

- Implementar un modelo de gestión adecuado a la realidad en el que se posiciona el equipo BS UES y por lo tanto que ayude en la distribución de roles dentro de la institución.
- Mejorar los criterios y subcriterios que obtuvieron menor puntuación obtenidas en la auto evaluación realizada y así proyectarse a mejorar y aplicar estrategias para conseguir la excelencia superior en el año 2023.

**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 GESTIÓN Y DIRECCIÓN  
DEPORTIVA**

**MODULO 4: “PLAN DE PATROCINIO”**

**INTEGRANTES:**

Steven Ernesto Palencia Cabrera PC15013

Wendy Beatriz Ascencio Godínez AG16010

Josseth Alexander Molina Rivera MR 15022

Samuel Isaac Córdova Molina CM1006

Carlos Arnoldo guerrero Gómez GG11081

**DOCENTE:**

**LIC. BORIS EVERT IRAHETA**

## MODULO 4: “PLAN DE PATROCINIO”

### NUESTRA IDEA.

El plan consiste en acudir a empresas, representantes de marcas o de servicios y personas naturales, en busca de consolidar una alianza, donde podamos obtener un patrocinio y brindar una alternativa de publicidad para el patrocinador y por ende proyectar la marca y acercarla a muchas más personas en eventos nacionales e internacionales. El patrocinio obtenido será para el equipo de fútbol playa de la Universidad de El Salvador (BS UES – FEMENINO).

El apoyo económico podría servir para organizar eventos, comprar material deportivo que sirva para la preparación del club, transporte, hoteles, comida o viáticos para viajes en el extranjero y así también estos mismos viajes a competencias internacionales.

El beneficio al sponsor por parte del equipo BS - UES FEMENINO, es brindarle espacio publicitario con diferentes características acorde al evento deportivo (publicidad en podios de premiación, publicidad en área de concursos, publicidad en mesa de honor, nombramiento de eventos, publicidad en uniformes de competencia oficial o secundario, publicidad en uniformes de presentación, publicidad por parte de atletas en entrevistas, entre otros aspectos a considerar). Es preciso que los compromisos adquiridos se establezcan de manera formal por escrito y firmados para su cumplimiento cooperativo, con el fin de estar satisfecho y prorrogar el contrato de patrocinio. El objetivo es encontrar un acuerdo mutuo que beneficie a las dos partes, que al club le permita masificar y desarrollar la modalidad de fútbol playa y al sponsor un reconocimiento o aceptación y promoción de su marca a nivel nacional e internacional.



## DIRIGIDO A:

El club BS – UES FEMENINO, con la finalidad de mejorar el rendimiento deportivo de las jugadoras, masificar la modalidad y formar nuevas jugadoras para el equipo de primera categoría y así consolidar un equipo que destaque mucho más a nivel nacional e internacional; Con este fin es importante conocer las empresas, marcas o personas naturales amantes de los deportes o tener una buena estrategia para la búsqueda del patrocinio acorde a la necesidad que se le presenta al club.

### Posible sponsor:

#### Empresas o marcas de bebidas de hidratación:

1. Electrolit.
2. Powerade.
3. Gatorade
4. Sueros hidratantes.
5. Otros.

#### Empresas de alimentación:

1. Panaderías.
2. Comedores.
3. Restaurantes.
4. Otros.



#### Farmacias (medicinas, vendajes, kit de primeros auxilios, kit de bioseguridad)

1. Farmacia la Vida.
2. Farmacia San Nicolás.
3. Laboratorios.
4. Otros.

### **Instituciones o dependencias**

1. Alcaldía.
2. Dependencia de alcaldía (IMDER).
3. Facultades de UES.
4. Otros.

### **Implementos de premiación (trofeos, placas, medallas, flores, otros).**

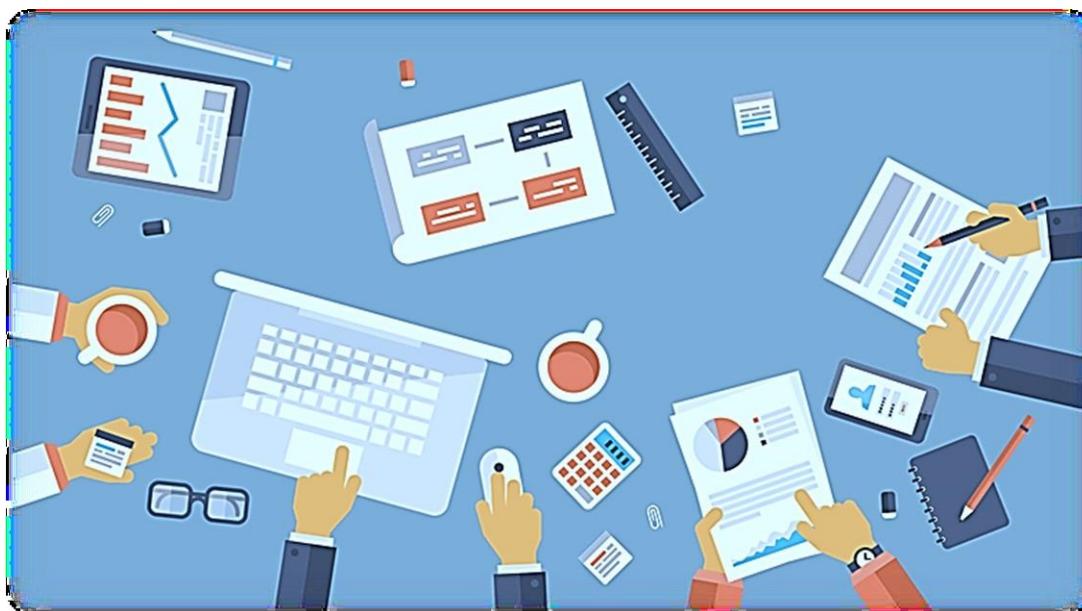
1. Torogoz
2. Premia.
3. Floristerías.
4. Otros.

Es importante conocer la o las necesidades para poder acudir al posible patrocinador, independientemente del rubro que se dedique sponsor puede aportar un gran apoyo al club.

## **ESTE PLAN PERMITE.**

El plan posibilita las herramientas para la búsqueda de patrocinio; ya sea financieros, recursos e implementos deportivos, médicos, entre otros, estos servirán para el desarrollo de las actividades deportivas del Club BS – UES FEMENINO, por otra parte, servirá para que el sponsor proyecte su marca, logo u otra publicidad acordada.

El patrocinador lograra visibilidad inmediata, esta será menor o mayor en función de la modalidad que se elija, el factor asociado dependerá del evento; de su transmisión por ejemplo un evento transmitido por televisión, la visibilidad será más grande, así también se pretende una familiarización con la marca por parte de las personas hacia los patrocinadores y esta se darán de mejor manera cuando un patrocinador se ha mantenido por un periodo más prolongado, la afición se familiariza y ve como algo propio del equipo la marca. Recordemos que la continuidad de un sponsor, dependerá del nivel de resultados, la imagen de la marca será un aspecto muy fundamental que servirá para lograr los objetivos de ambas partes.



## **¿QUÉ POSIBILITA?**

El acercamiento a posibles empresas dispuestas a consolidar una relación de negocio proponiendo la proyección de una marca, una forma de marketing diferente a la cotidiano depositando su marca y confianza en una marca como lo es el quipo BS UES femenino siendo una marca con valores y ética profesional, una marca respaldada por la calidad profesional y siendo está reflejada por múltiples trofeos ganadora de títulos nacionales e internacionales siendo así un club muy bien posicionado y destacado en el área del fútbol playa nacional y centro americano.

## QUEREMOS GARANTIZAR

Se garantizará el cumplimiento de obligaciones mutuas, estableciendo una evaluación

Constante de objetivos y metas planteados y así poder identificar fallos o debilidades y

Realizar correcciones sobre el plan establecido que conlleve a realizar nuevas

Propuestas en búsqueda de la mejora continua del plan y estrategias a desarrollar para

El beneficio de ambas partes siguiendo los lineamientos y respetando los acuerdos

Pactados en un contrato para legalizar los convenios realizados.



## PAQUETES DE PATROCINIOS:

### PAQUETE PREMIUM.



- Logotipo en pódium (en eventos del club).
- Mención durante eventos o entrevistas a atletas.
- Kiosco de distribución de productos.
- Promoción como patrocinadores en redes sociales.
- Sesión de fotos con el club.
- Rollups por empresas patrocinadoras (en eventos del club).
- Promoción de su marca en camiseta (logo al frente de la camiseta).

**PRECIO DEL PAQUETE: \$ 8,000**

## PAQUETE PREFERENCIAL.



- Mención durante eventos o entrevistas a atletas.
- Kiosco de distribución de productos.
- Promoción como patrocinadores en redes sociales.
- Sesión de fotos con el club.
- Rollups por empresas patrocinadoras (en eventos del club).
- Promoción de su marca en camiseta (logo en el dorso de la camiseta).

**PRECIO DEL PAQUETE: \$ 6000**

## **PAQUETE BÁSICO.**

- Mención durante eventos.
- Kiosco de distribución de productos.
- Promoción como patrocinadores en redes sociales.
- Rollups por empresas patrocinadoras (en eventos del club).
- Promoción de su marca en camiseta (logo en la manga de la camiseta).

**PRECIO DEL PAQUETE: \$ 4000**

## **PATROCINADORES**

### **TOBAR S.A DE C.V**

Es una empresa dedicada a la construcción de inmuebles, turismo, alojamientos y diferentes actividades de negocios en el rubro de la construcción.

**BENEFICIOS:** dinero en efectivo.

### **INDUPALMA**

Es una empresa dedicada a la comercialización de aditivos alimenticios, grasas comestibles, leches y aceite.

**BENEFICIOS:** dinero en efectivo.

### **QUIPIACCE**

Empresa dedicada a la construcción, remodelación, venta de químicos y accesorios para piscinas.

**BENEFICIOS:** dinero en efectivo.

### **DENK PHARMA**

Es una compañía farmacéutica de origen alemán, especialista en hipertensión y diabetes.

**BENEFICIOS:** dinero en efectivo y suplementos alimenticios.

### **CANOPELIS**

Empresa dedicada a la venta de zapatos, vestuario e implementos para payasos

**BENEFICIOS:** dinero en efectivo.

### **FISTO.SV**

Empresa dedicada al rubro de la terapia física y ocupacional.

**BENEFICIOS:** fisioterapia e implementos médicos.

## FORMAS PROMOCIONALES

- Sesión de fotos al inicio de la temporada para la presentación de los patrocinadores y videos promocionales.
- Video promocionales de la marca en redes sociales.
- La ubicación de la marca en las camisetas dependerá con el paquete que cuente, o adquiera la empresa patrocinadora.
- Marca o logotipo colocado de forma visible en el podio de premiación.
- Rollups suministrados por empresas patrocinadoras.
- Kiosco mesa de distribución de producto será colocada donde el patrocinador guste.



Aq  
Logoti



## **OBSERVACIONES.**

- Según el paquete adquirido por cada patrocinador y los acuerdos que se hayan establecido dependerá la forma en que se promocionen.
- El acercamiento con los agentes patrocinadores se podrá realizar a través de carta, solicitudes, e-mail, reuniones de forma presencial.
- Buscar nuevas estrategias de contactos y obtención de nuevos patrocinios.
- Evaluar constantemente la aplicación de los acuerdos establecidos con las empresas patrocinadoras que la aplicación del patrocinio se esté llevando a cabo de forma correcta y si no revisar correcciones.

## BIBLIOGRAFIA.

- <https://docplayer.es/82595548-Trabajo-final-de-grado-plan-de-marketingestrategico-punta-encanto-s-r-l.html>
- <file:///C:/Users/DELL/Desktop/EJEMPLO%20EFQM.pdf>
- HENRIQUEZ, Gerardo, COMÓ ELABORAR UN PLAN DE MARKETING, 2010, <http://henriquezgerardo.blogspot.com>
- [https://www.facebook.com/bsues20/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/bsues20/?locale=es_LA)