

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



**TÍTULO:
PLAN DE MARKETING DE HOCKEY SOBRE CESPED**

PRESENTADO POR:

CARNET

DIANA STEFANY BARAHONA RIVERA	(BR17029)
KATHERINE GEORGINA RODRÍGUEZ GUILLEN	(RG17054)
MARCELA MARÍA SANTAMARIA CEA	(SC17035)
CARLOS EMMANUEL MEJÍA HERNÁNDEZ	(MH16027)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN "ANÁLISIS DEL
DISCURSO" 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, CENTROAMÉRICA, MAYO DEL 2023**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR**

**RECTOR:
MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**VICERRECTOR ACADÉMICO:
DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:
INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA**

**SECRETARIO GENERAL:
INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**

**FISCAL GENERAL:
LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES**

**DECANO:
MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**

**VICEDECANA:
MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE
SERRANO**

**SECRETARIO:
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN**

JEFE

DOCTORA GLORIA ELIZABETH ARIAS DE VEGA

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA

ORELLANA

DOCENTE ASESOR

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, darle gracias a Dios por mi vida y la de todos mis seres queridos, también agradecer a todas las personas que forman parte de mi vida y que han estado apoyándome en todo el proceso académico y así mismo al Licenciado Boris Iraheta quien fue nuestro tutor y nos guio en cada etapa del curso de especialización y a mis compañeros Diana Barahona, Marcela Santamaria y Emmanuel Hernández quienes nos apoyamos para llegar a los resultados obtenidos del curso.

Quiero agradecer a la Universidad de El Salvador por darme una educación profesional y así también a sus dirigentes, catedráticos y personal administrativo por todas sus enseñanzas en el transcurso de mi carrera y por hacer posible el curso de especialización para la dirección y gestión deportiva.

Quiero agradecer a la institución deportiva como la Federación Salvadoreña de hockey, FESAHOKEY, por brindarnos todos los recursos y apoyo.

Por último y no menos importantes, quiero agradecer a mi familia Rodríguez Guillen por apoyarme en todo momento aun cuando no tenía energías y ánimos en seguir luchando, en especial quiero mencionar a mi abuela Olga Marina Ramírez (QDDG), a mi padre Jorge Rodríguez, a mi madre Mirna Guillen y a toda mi familia, por ser los motores y siempre estuvieron ahí para darme consejos y palabras de apoyo con un abrazo reconfortante para renovar energías y seguir adelante.

Katherine Rodríguez

El principal agradecimiento es a Dios por guiarme y darme la fortaleza de seguir adelante, a mi madre Blanca de Barahona y mi padre Carlos Barahona por luchar y no darse por vencidos cuando las situaciones eran difíciles, por su valentía de formarme desde casa, inculcarme valores y ser el principal apoyo que yo necesitaba tanto emocional como económico, a mi hermano mayor Remberth Barahona quien contribuyo en mi crecimiento personal y por ende en mi crecimiento profesional.

Agradezco a la Universidad de El Salvador por darme las herramientas para poder convertirme en un profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada docente que hizo parte de este proceso integral de formación, al Licenciado Boris Iraheta quien fue nuestro tutor y nos guio en cada etapa del curso de especialización, gracias a Katherine Rodríguez, Marcela Santamaria y Emmanuel Hernández por el apoyo, trabajo en equipo y amistad en estos años juntos, gracias a Erick Molina por su amor, motivación, apoyo y consejos siendo un pilar para seguir adelante.

A la federación de Hockey de El Salvador gracias por abrir puertas a los estudiantes para que puedan realizar proceso como este, gracias por contribuir a la formación de profesionales, por su disponibilidad y las herramientas brindadas.

Finalmente, mis abuelos Telma Amaya, Manuel Rivera, Zoila Vigil y Remberto Barahona (QEPD) por sembrar una semilla en mis padres para que hoy gracias a ellos sea quien soy, hoy puedo decir que todos juntos lo logramos.

Diana Barahona

INDICE

RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN.....	13
En el Módulo 1. “Plan de Marketing”	13
El Módulo 2. “Encuesta de satisfacción de usuarios”	13
En el Módulo 3. “Gestión de la Calidad”	13
Finalmente, en el Módulo 4. “Gestión de patrocinios”	13
JUSTIFICACION	14
OBJETIVOS.....	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	15
Visitas a los Entrenamientos.....	15
Asesoría Virtual	16
Diseño de Marketing.....	16
Participación de Torneo	16
LECCIONES APRENDIDAS.....	17
CONCLUSIONES.....	18
RECOMENDACIONES.....	19
SECCION 1. PLAN DE MARKETING.....	20
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	21
Entorno General.....	21
Entorno Sectorial.....	22
Entorno Competitivo.....	23
Mercado	23
Fortalezas	23
Oportunidades	24
Debilidades.....	24

Amenazas	24
Público Objetivo	24
Fijación De Objetivos	25
ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO	25
Cartera.....	25
Segmentación.....	26
Posicionamiento.....	26
Marketing Mix.....	26
Promociones Y Ofertas.....	27
Plan De Acción.....	28
Presupuesto	28
Descripción.....	28
Monto.....	28
Viáticos	28
Plan De Marketing:	28
Identificar Fallas.	28
Supervisión	28
SECCIÓN 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS	29
FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA	30
Gráfico 1	31
Gráfico 2	32
Gráfico 3	33
Gráfico 4	34
Gráfico 5	35
Gráfico 6	36
Gráfico 7	37
Gráfico 8	38
Gráfico 9	39
Gráfico 10.....	40
Gráfico 11	41
Gráfico 12	42
Gráfico 13	43
CONCLUSIONES.....	45

RECOMENDACIONES.....	46
SECCIÓN 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD	47
INTRODUCCIÓN.....	48
OBJETIVOS.....	49
Objetivo General:	49
Objetivos Específicos:	49
PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO	50
Escala de valoración	51
CRITERIO LIDERAZGO 100%	52
1.a: La identidad	52
1.b: Sistema de gestión	54
1.c: Relaciones externas	56
1.d: Relaciones internas	58
1.e: Gestión del cambio	60
CRITERIO POLITICA Y ESTRATEGIA 80%	62
2.a: Identidad	62
2.b: Sistema de gestión	64
2.c: Relaciones externas	66
2.d: Relaciones internas	68
3.CRITERIO PERSONAS 90%	70
3.a: Gestión RRHH	70
3.b: Desempeño	72
3.c: Implicación	74
3.d: Comunicación interna.....	75
3.e: Reconocimiento	76
4. CRITERIO ALIANZAS Y RECURSOS 90% (9 PTS)	78
4.a: Colaboraciones.....	78
4.b: Gestión recursos económicos	80
4.c: Gestión recursos materiales.....	81
4.d: Tecnología	82
4.e: Gestión del conocimiento	84
5. CRITERIO PROCESOS 140% (14 PTS).....	86
5.a: Gestión	86

5.b: Mejora continua.....	88
5.c: Orientación al usuario	89
5.d: Servicio de atención.....	90
5.e: Relación con usuarios	91
6. CRITERIO RESULTADOS EN LOS CLIENTES 200% (20 PTS)	92
6.a: Percepción.....	92
6.b: Rendimiento.....	93
7. CRITERIO RESULTADOS EN LAS PERSONAS 90% (9 PTS)	94
7.a: Percepción.....	94
7.b: Rendimiento.....	96
8. CRITERIO RESULTADOS EN LA SOCIEDAD 60% (6 PTS).....	98
8.a: Percepción.....	98
8.b: Rendimiento.....	100
9. CRITERIO RESULTADOS CLAVES 150% (15 PTS)	101
9.a: Resultados	101
9.b: Indicadores.....	102
RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN	103
ANÁLISIS:	112
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES.....	114
SECCION 4. PLAN DE PATROCINIO	115
NUESTRA IDEA.....	116
DIRIGIDO A:	117
ESTE PLAN PERMITE	118
¿QUE POSIBILITA?	119
QUEREMOS GARANTIZAR	120
PAQUETES DE PATROCINIOS.....	121
POSIBLES PATROCINADORES	124
FORMAS PROMOCIONALES	129
Marca o logotipo	129
Rollup's publicitarios	129
Stickers publicitarios con la marca o logo	129
Volantes publicitarios	130

Mención en las redes sociales	130
Posters y banners	130
OBSERVACIONES:	131
BIBLIOGRAFIA.....	132

RESUMEN

En este trabajo se elaboró un plan de marketing para dar a conocer más acerca del hockey sobre césped en el país y así mismo también aumentar el número de atletas en la FESAHOCKEY comenzando un análisis general del entorno y del sector, del mercado y su segmentación. Continuando con la elaboración de estrategias y tácticas de acuerdo al público objetivo con su plan de marketing y su presupuesto, es importante tener en cuenta la opinión de los clientes por medio de encuestas que ayuden al análisis y recolección de la información por medio de plataformas inteligentes como Google Formularios que facilitan la recolección de datos e información de los clientes para obtener los resultados fácilmente.

En la gestión de calidad del servicio por el funcionamiento de organización deportiva se realizó un cuestionario de autoevaluación por medio del Modelo de Calidad o Modelo EFQM adaptándolo a la realidad de la federación y a las diferentes áreas de una forma minuciosa. Finalizando con la elaboración de un plan de patrocinio para obtener nuevos ingresos propios por medio de los diferentes eventos deportivos como nacionales e internacionales.

Palabras clave: Marketing, análisis general, segmentación, estrategias, tácticas, modelo de calidad, organización deportiva y eventos deportivos.

INTRODUCCIÓN

El presente informe recoge los productos de aprendizaje logrados 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 hockey sobre césped contribuyendo con publicidad para conocer más acerca del hockey y como estrategia buscar talentos deportivos para fortalecer la federación.

El Módulo 2. “Encuesta de satisfacción de usuarios”

Contiene los resultados de una encuesta de satisfacción realizada entre las aletas de FESAHOCKEY, elaborada en Google formularios en línea una estrategia para la continuidad de las actividades deportivas que la federación de FESAHOCKEY implementó son los horarios establecidos para los entrenamientos y así los atletas tuvieran las disponibilidad de asistir siempre a sus entrenos también los atletas si sienten satisfecho con el material deportivo que la federación aporta a los eventos y entrenos deportivos.

En el Módulo 3. “Gestión de la Calidad”

Se desarrolla un cuestionario de autoevaluación para la Federación Salvadoreña de hockey, adaptado del Modelo de Excelencia EFQM. Dicho cuestionario de autoevaluación también contiene resultados globales de su implementación entre personas de la federación, dando como resultado una calificación al desempeño y resultados institucionales.

Finalmente, en el Módulo 4. “Gestión de patrocinios”

Se presenta una propuesta de plan de patrocinios para la FESAHOCKEY con diferentes marcas y empresas para la obtención de nuevos ingresos.

JUSTIFICACION

Nuestro trabajo elaborado para el curso de especialización de dirección y gestión deportiva, fue creado para poder conocer cómo se desarrolla un plan de patrocinio deportivo para la Federación Salvadoreña de hockey obteniendo conocimientos de gran importancia dejando un impacto positivo y beneficioso para las presentes y nuevas generaciones a nivel de marketing en la federación, puesto que por medio de este proyecto se ha logrado un mayor alcance de conocimiento con métodos que expanden la información necesaria del deporte; así contando con un auge más elevado a nivel de redes sociales e interacciones personales de la federación con colegios y escuelas educativas dando a conocer más sobre este deporte en desarrollo para que las generaciones presentes y futuras se integren a una actividad diferente y se masifique, obteniendo un crecimiento satisfactorio y así lograr un mayor apoyo por parte de entidades importantes como lo es el INDES y la PAHF, donde beneficie en su totalidad tanto a atletas como a futuros atletas dando mayor relevancia a las chicos y chicas promesas que serán el futuro del desarrollo del hockey, resolviendo así la problemática que tanto acoge a esta institución por ser un deporte totalmente desconocido en nuestro país con falta de apoyo y entusiasmo de la población.

El apoyo hacia el desarrollo del hockey nos permitirá lograr tener un mayor énfasis en su formación, dando la oportunidad de tener escuelas de hockey que ayuden a formar atletas capaces desde la infancia; esto de igual manera beneficia a la población salvadoreña dándole un espacio de recreación y disciplina donde halla sano esparcimiento y así lograr nuestro objetivo de desarrollar el hockey en su totalidad y se convierta en un deporte reconocido en el país.

OBJETIVOS

Objetivo general

Apoyar al desarrollo de la Federación Salvadoreña de Hockey (FESAHOCKEY) a través de un programa de masificación del deporte a nivel nacional

Objetivos específicos

- Realizar un programa de plan de marketing con los lineamientos planteados en dicha Federación.
- Elaborar un plan de Patrocinio en base a las necesidades que cuenta la federación.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El proceso de especialización del Curso de Dirección y Gestión Deportiva se fue llevado a cabo en la modalidad virtual que abarcó a la Federación Salvadoreña de hockey (FESAHOCKEY).

Visitas a los Entrenamientos

Se realizaron varias visitas en los entrenamientos del dicho de dichas federaciones para observar algunas condiciones con que contaba el equipo diagnóstico En línea

Dado la observación de algunas condiciones que tenía la federación se realizó un diagnóstico en línea de manera de que los atletas nos apoyaran con algunas informaciones puntuales.

Asesoría Virtual

Se realizaron asesoría personal de manera virtual y presencial con el tutor a cargo y el equipo de trabajo. En la Asesoría se dieron lineamientos en los temas que debemos trabajar y alguna duda sobre el Curso para solventarlas en el instante.

Diseño de Marketing

Teniendo en cuenta los temas vistos en el Curso diseñamos un plan de marketing para el desarrollo y la ampliación de manera Nacional de dicha Federación Salvadoreña de Hockey en la categoría estudiantil y alcaldía (FESAHOCKEY) en la cual cuenta con exhibiciones en centro escolares público o privados, Universidades.

Participación de Torneo

Participamos en el primer torneo del "I Festival Infanto-Juvenil de Hockey 2022", que contó con la participación de más de 150 niñas, niños y jóvenes promesas del Hockey, pertenecientes a Centros Escolares de múltiples municipios. En lo cual estuvimos apoyando de manera el arbitraje ya que dos de los integrantes pertenecen a dicha Federación, se contó con la participación de un delegado de la Pan American Hockey Federación (PAHF).

LECCIONES APRENDIDAS

- Es importante que los profesionales de la educación física y el deporte conozcan sobre el marketing y saber Estimular la creación de espacios para que las personas opinen sobre los productos o servicios que provees puede mejorar los mismos o tu proceso comercial para satisfacer y darle al público un mejor producto o servicio
- El Crear experiencias estimulantes para el público es la única manera de lograr que les sigan prestando atención a los servicios o productos que se están ofreciendo, ver desde la opinión del público y sus necesidades, asimismo lograr convenios con entidades u organizaciones con las que se pueda llegar a mutuos acuerdos para lograr beneficios entre sí.
- El Curso de Especialización para la Dirección y Gestión Deportiva en la carrera Licenciatura en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación es una herramienta para fortalecer a los profesionales para ser partícipes no solo del ámbito deportivo si no también conocer parte del mercado deportivo, para optar por cargos en organizaciones deportivas.

CONCLUSIONES

En el Curso de Especialización: Dirección y Gestión Deportiva es un tema muy importante para los estudiantes y profesionales de Educación Física y en el área de Deporte. De tal manera es muy beneficioso para el fortalecimiento y manejo de una institución, Asociación o federación Deportiva, para el desarrollo o implementación de estrategia o proyectos para obtener resultados más eficientes, lo cual implica tener un enfoque de fundamentos básico multidisciplinario.

La modalidad en el Curso de Especialización en la Carrera de Licenciatura en Ciencia de la Educación, Especialidad Educación Física, Deporte y Recreación. Se Realizo de manera semi presencial tras la pandemia lo cual fue tan beneficioso para todos los estudiantes, de esta manera el estudio fue más flexible para los estudiantes que empezaron a trabajar en distinto lugares ya que solo era necesario conectarse de manera virtual para las asesorías, clases o reuniones virtuales. Debido a que el curso de dirección y gestión deportiva es muy importante que ahora en días las Instituciones, Asociaciones y Federación deportiva exigen personales altamente capacitado en esa are para que se desarrollen de manera correcta el proyecto deseado en el área del Deporte.

La Dirección y Gestión Deportiva es un área muy importante para todos los estudiantes y llevarlo a cabo en una Institución ayudara a muchos universitarios a que se desarrollen sus actividades del curso y que les sirva como una experiencia muy satisfactoria en la formación académica, sobre todo en el área de dirección y gestión deportiva, que tienen sus normas y políticas reguladas a su beneficio de dicha Instituciones, Asociaciones o Federaciones.

RECOMENDACIONES

Mantener de forma permanente el 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, como una opción más para formar profesionales con herramientas y mayor capacidad para desempeñar cargos de dirección y gerencia en organizaciones deportivas. Así mismo, brindando al mismo tiempo más herramientas para facilitar mucho más el aprendizaje de cada estudiante.

Crear convenios con instituciones que puedan recibir a quienes están cursando el 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, para facilitar el campo de trabajo e investigación y con eso obtener beneficios mutuamente.

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

ELABORADO POR:

Diana Stefany Barahona Rivera BR17029

Katherine Georgina Rodríguez Guillen RG17054

Marcela María Santamaria Cea SC17035

Carlos Emmanuel Mejía Hernández MH16027

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

Entorno General

En el salvador tiene una población estimada de 6.486.201 personas, se encuentra en la posición 112 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una alta densidad de población, con 308 habitantes por Km², **El Salvador**, situada en América Central, tiene una superficie de 21.040 Km² con lo que se encuentra entre los países más pequeños.

El crecimiento poblacional tiene el más bajo de Centroamérica y su población comenzara caer por la reducción del nivel de fertilidad y un proceso de envejecimiento, la disminución población de El Salvador será la más alta de América Latina y del mundo en la actualidad la edad media del país es la más longeva de Centroamérica, sin embargo, en el 2100, la edad media del país será de 50.55 años, la tercera más alta y longeva de América Latina.

En su economía número 105 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2020 fue de 19.277 millones de euros, con una deuda del 89,16% del PIB. Su deuda per cápita es de 2.972 € euros por habitante, la última tasa de variación anual del IPC publicada en El Salvador es de abril de 2022 y fue del 6,5%.

En 2021, el crecimiento económico se recuperó a un 10,7 por ciento, respaldado por el consumo impulsado por las remesas y por las exportaciones. Se espera que la economía de El Salvador crezca un 2,9 por ciento en 2022 y un 1,9 por ciento en 2023. El crimen y la violencia son una amenaza para el desarrollo social y el crecimiento económico en El Salvador y están entre los principales motivos para que muchos salvadoreños migren o practiquen alguna disciplina o deporte como el hockey por sus bajos recursos y apoyo en el país, es un deporte complicado de practicar por el aspecto económico y así mismo de los gobiernos encargados con implementos de adquisición de los materiales ya que estos no se

adquieren en el país fácilmente y que el costo de los implementos es elevado por lo cual provienen de otros países como Estados Unidos, Argentina, Guatemala y entre otros, también dado a los bajos recursos de algunas familias del país optan no participar y otros no poder adquirir o comprar muchos implementos y viáticos para formarse deportivamente dentro del hockey.

En aspecto social años atrás era un deporte muy conocido nacionalmente e internacionalmente con los torneos que se realizaban dentro y fuera del país, luego el deporte empezó a perder el realce que estaba tomando por parte de las autoridades de la federación en ese tiempo, luego en la actualidad empieza a activarse poco a poco de nuevo en el país como algo nuevo y fue que la federación empieza a reclutar personas para representar al país en torneos oficiales abalados por la federación panamericana de hockey que comenzó apoyar en el crecimiento del hockey en el país y a nivel centroamericano y en la actualidad contamos con el apoyo del Comité Olímpico, INDES y la Federación panamericana de Hockey para el desarrollo del deporte contando con un bajo presupuesto anónimo por parte de los altos mandos.

Políticamente el hockey necesita más apoyo debido a los resultados obtenidos en los centroamericanos y eso motivar a los jóvenes a querer practicar el deporte para su sana convivencia y así mismo tener la dicha de representar al país en competiciones naciones e internaciones para el crecimiento del deporte.

Entorno Sectorial

Las personas que practican el hockey buscan aprender más acerca del deporte teniendo nuevas experiencias ya que debido que el deporte es algo nuevo para muchas personas y así también saber que hay competidores por el medio como lo es el futbol 11 y futbol sala dentro

y fuera de las instalaciones y así poder demostrar que el hockey es diferente a sus competidores por lo cual pueden destacar, tomando en cuenta los aspectos de seguridad que se tiene en el lugar de las practicas.

Entorno Competitivo

La federación de hockey posee competidores indirectos que son las escuelas que están brindando entrenamientos de futbol que es uno de los deportes más conocidos en el país luego sigue la natación que también se encuentra dentro del complejo deportivo Katya Miranda que cuenta con horarios accesibles de lunes a viernes y tienen más días de prácticas y es por esta razón que las personas no se interesan practicarlos.

Mercado

En la zona de la capital específicamente en el complejo deportivo Katya miranda se encuentran escuelas de diferentes deportes pagando así una mensualidad o simplemente con algún costo, en el hockey los compradores y consumidores de nuestras becas son padres de familias y sus hijos cumpliendo sus necesidades de aprender y practicar algo nuevo siendo así que el hockey las pueda satisfacer.

Fortalezas

1. Ubicación segura del lugar de practicas
2. Horarios adecuados según la disponibilidad de los atletas
3. apoyo de instituciones internacionales para viajes fuera del país

Oportunidades

1. Desarrollar talentos deportivos
2. Apoyo institucional por parte del INDES
3. viajes fuera del país

Debilidades

1. Falta de cobertura de un apoyo económico
3. Falta de programas de capacitación
4. Escases y falta de implementos deportivos
5. falta de conocimiento a nivel nacional del deporte

Amenazas

1. Falta de motivación de los líderes
2. La ausencia de un plan deportivo que cumpla las necesidades del grupo
3. Falta de un lugar idóneo donde impartir las clases
4. Falta de atletas del plantel general

Público Objetivo

- Hombres y mujeres salvadoreñas que tengan hijos desde los 5 años sin límite de edad.
- Personas que buscan obtener un buen estado físico o mejor del que ya poseen.
- Personas con bajos recursos económicos con el deseo de aprender sobre el deporte.
- Jóvenes que buscan una sana convivencia.
- Personas que deseen representar al país en el ámbito deportivo.

Fijación De Objetivos

- Aumentar la publicidad por medio de redes sociales, radio, televisión y escrito, para tener más reconocimiento a nivel nacional.
- Aumentar el número de atletas por medio de convocatorias y partidos de exhibición.

ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO

Cartera

Beca sencilla

- 2 entrenos por semana
- Material deportivo
- Hidratación

Beca premium

- Material deportivo
- Hidratación
- Entrenadores capacitados
- Oportunidad de pertenecer a la selección nacional de hockey y poder representar al país dentro y fuera de el
- Entrenos

Segmentación

- Hombres y mujeres que tengan hijos desde los 5 años sin límite de edad.
- Personas que buscan obtener un buen estado físico o mejor del que ya poseen.
- Personas con bajos recursos económicos con el deseo de aprender sobre el deporte.
- Jóvenes que buscan una sana convivencia.
- Personas que deseen representar al país en el ámbito deportivo.

Posicionamiento

Reportaje sobre la historia del deporte (redes sociales)

Marketing Mix

Producto:

Beca sencilla

- 2 entrenos por semana
- Material deportivo
- Hidratación

Beca premium

- Material deportivo
- Hidratación
- Entrenadores capacitados
- Oportunidad de pertenecer a la selección nacional de hockey y poder representar al país dentro y fuera de el

Precio:

- Beca sencilla \$75.00
- Beca premium \$150.00

Plaza:

- Canchas Katya miranda
- Colegio Coronel Francisco Linares

Promoción:

- Organizaciones que promocionan nuestro deporte como el COES e INDES, Federación Panamericana de hockey
- Redes sociales: Facebook: Federación Salvadoreña de Hockey, Twitter: @fesahockey_, Instagram: @fesahockey_, tiktok: hockeysv.
- Convocatoria: Inscripciones gratis y entrenamiento básico y de alto rendimiento.

Promociones Y Ofertas

- Organizaciones que promocionan nuestro deporte como el COES e INDES, Federación Panamericana de hockey
- Redes sociales: Facebook: Federación Salvadoreña de Hockey, Twitter: @fesahockey_, Instagram: @fesahockey_, tiktok: hockeysv.
- Convocatoria: Inscripciones gratis y entrenamiento básico y de alto rendimiento.

Plan De Acción

Comunicación:

Realizar cuberturas en los medios radiales, televisivos, escritos y redes sociales solicitando el espacio para entrevistas informativas a los medios de comunicación como:

- Tigo Sport: 15 mayo 2022
- DC4: 23 mayo 2022
- Buena onda 33: 22 julio 2022
- Gráfico TV: 17 agosto 2022

Presupuesto

Descripción	Monto
Viáticos	\$500
Material publicitario	\$300
Total	\$800

Plan De Marketing:

Identificar Fallas.

Supervisión

Reuniones quincenales para la revisión de el plan de trabajo y sus resultados.

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

ELABORADO POR:

Diana Stefany Barahona Rivera BR17029

Katherine Georgina Rodríguez Guillen RG17054

Marcela María Santamaria Cea SC17035

Carlos Emmanuel Mejía Hernández MH16027

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA

FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA

Nombre de la encuesta: Encuesta de satisfacción de atletas de la Federación Salvadoreña de hockey.

Institución responsable: Federación Salvadoreña de Hockey.

Fecha de recolección de la información: 24 de junio de 2022.

Marco muestra: Atletas de la Federación Salvadoreña de Hockey.

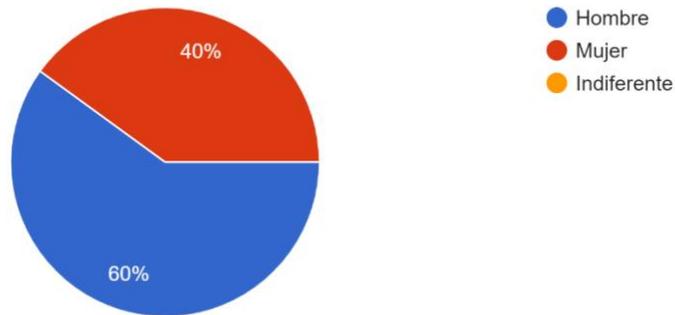
Tamaño de la muestra: 15 atletas.

Técnica de recolección de datos: Cuestionario con preguntas cerradas y abiertas en línea.

Fecha del reporte: 26 de junio de 2022

Gráfico 1.

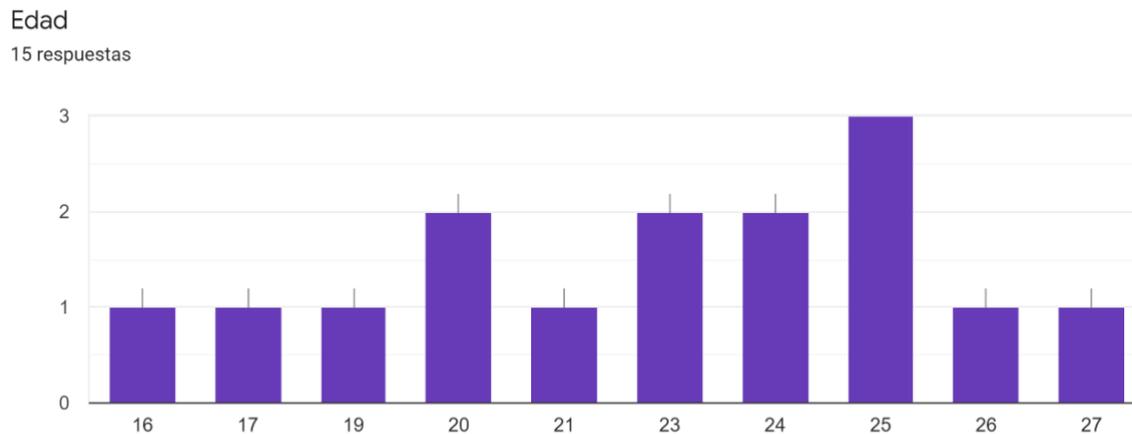
Sexo
15 respuestas



Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En este gráfico detallamos en cuanto a la muestra que el 60% son del sexo masculino y el 40% del sexo femenino, por lo cual se aprecia que más de la mitad de las personas encuestadas son del sexo masculino.

Gráfico 2

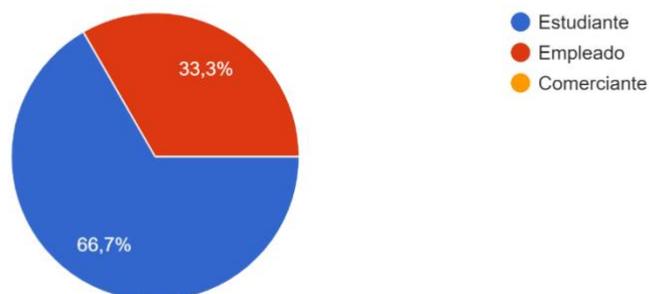


Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En cuanto a las edades de los atletas encuestados, el grafico de barra representa la igualdad de 1 persona en cada edad de 16,17,18,19,21,26 y 27 años; también se representan 2 atletas con 20 años, 2 atletas con 23 años, dos atletas con 24 años y por último contamos con 3 atletas encuestados con 25 años; contando con diversidades edades en la federación.

Gráfico 3

Ocupación
15 respuestas



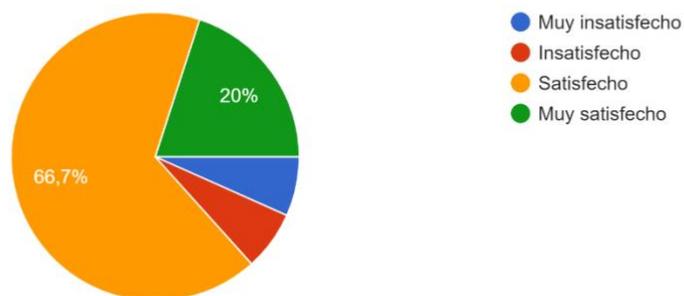
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En el gráfico #3 damos a conocer las ocupaciones de los atletas que hemos encuestado, el 33,3% son empleados mientras que se cuenta una mayor cantidad de atletas que aun continuando sus estudios con un porcentaje de un 66,7%.

Gráfico 4

¿Estás satisfecho con las instalaciones donde prácticas hockey?

15 respuestas



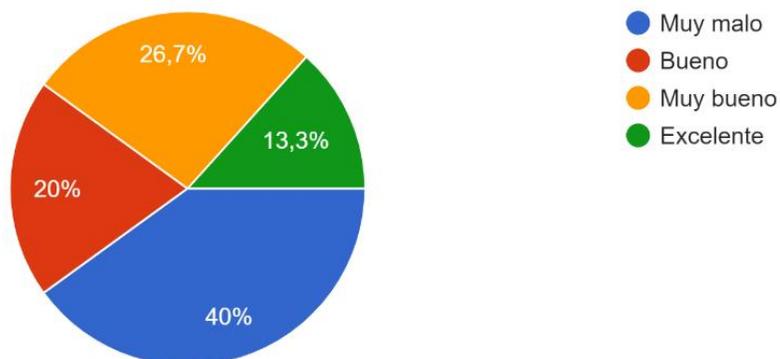
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En esta grafica damos a conocer la satisfacción de los atletas en cuanto a las instalaciones con las que se cuentan, viendo de esta manera que un porcentaje de 6.6% se encuentra Muy insatisfecho, otro 6.6% se encuentra Insatisfecho, mientras que un 20% dice que se siente muy satisfecho, y un porcentaje alto de un 66.7% coincide que se encuentra Satisfecho, llegando a la conclusión que más del 50% de los atletas si se sienten satisfechos con el lugar de prácticas de Hockey con el que cuentan.

Gráfico 5

Condición de los vestuarios

15 respuestas



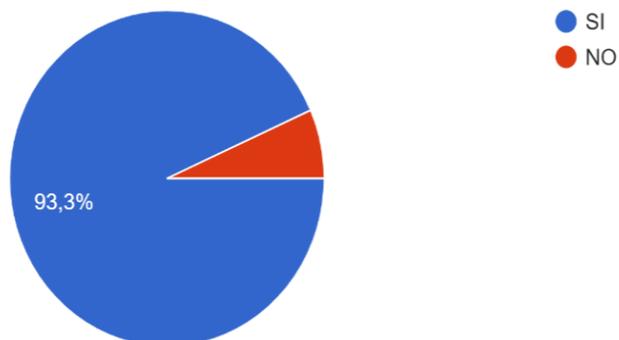
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

Con respecto a la condición de los vestuarios en el lugar del entrenamiento de Hockey se aprecia que el 40% de las personas encuestadas dicen que se encuentran en una condición muy mala, y el 26,7% dice que su condición es muy buena. Por otra parte, el 20% aprecia que su condición es buena y el 13,3% que están en excelentes condiciones, es decir que menos de la mitad de las personas han observado la condición de los vestuarios como muy malos.

Gráfico 6

El lugar donde practicas este deporte presenta una buena higiene y orden

15 respuestas



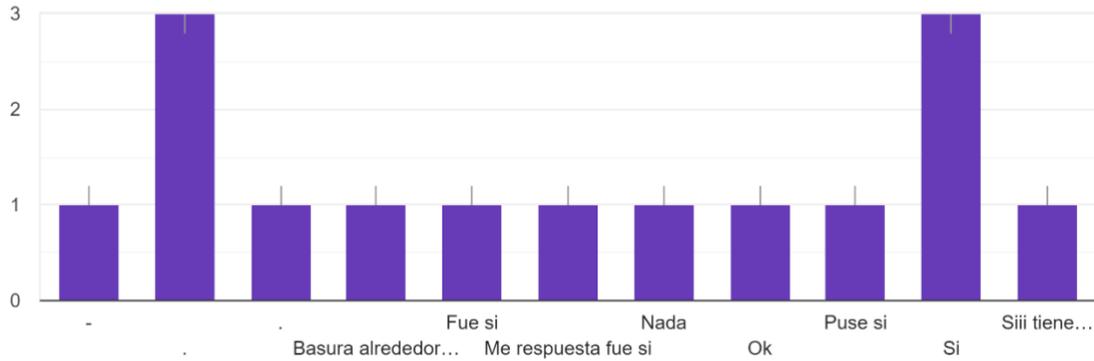
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

El gráfico 6 muestra que más de la mitad de las personas encuestadas con el 93,3% dicen que el lugar donde practican el deporte de hockey tiene una buena higiene y orden luego con mínimo porcentaje del 6,3% dice que el lugar donde practican hockey no tiene una buena higiene y orden.

Gráfico 7

Si tu respuesta fue NO explicamos el porque

15 respuestas



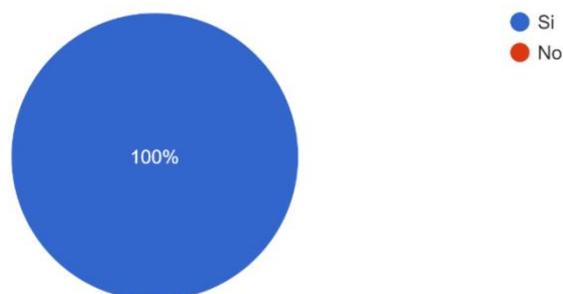
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

Con respecto al gráfico 6 anterior al presente tiene una continuidad acerca de las personas encuestadas que respondieron NO acerca del lugar donde practicaban el deporte de hockey tenía una buena higiene y orden, con un 6,3% de las personas encuestadas respondieron con NO y explicaron que se observaba basura alrededor de la cancha.

Gráfico 8

¿Te encuentras satisfecho con los horarios establecidos para los entrenamientos?

15 respuestas



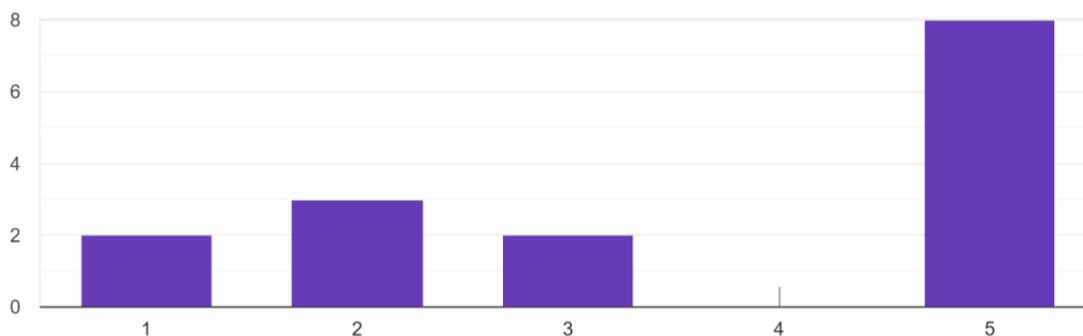
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En este gráfico podemos apreciar que el 100% de nuestra muestra encuestada está satisfecho con los horarios de entreno que la Federación ha establecido, por lo tanto, esto da a entender que los horarios son en días y horas adecuadas que beneficia a la asistencia de los atletas encuestados.

Gráfico 9

¿Como valoras los conocimientos y explicaciones del entrenador? Califica del 1 al 5

15 respuestas

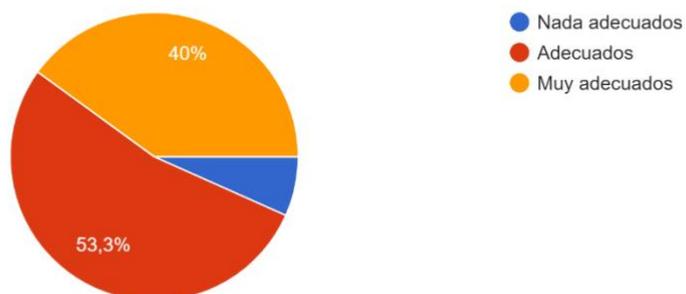


Fuente: Elaboración propia con base a datos.

Este gráfico representa una pregunta muy importante en base a la preparación de cada atleta, y el 54% (8 personas) de nuestra muestra valoró los conocimientos y explicaciones del entrenador en el rango de calificación 5 ósea el mayor rango y el otro 46% calificó los conocimientos y explicaciones del entrenador abajo del 3 ósea rangos bajos, dando como resultado una opinión muy dividida ya que de las 15 personas encuestadas 8 calificaron bien al entrenador y 7 lo calificaron mal

Gráfico 10

¿Como valoras los entrenamientos desarrollados durante toda tu permanencia en la Federación?
15 respuestas



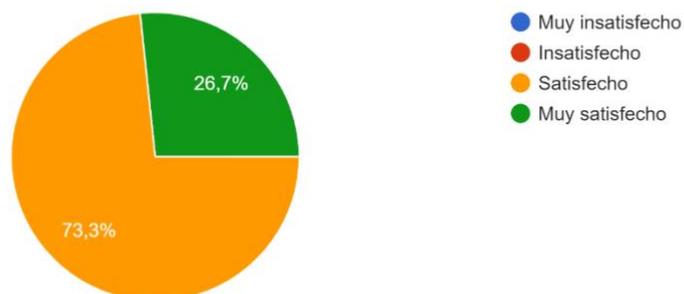
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

El gráfico representa a los 53.3% de nuestra muestra encuestada que respondieron que los entrenamientos desarrollados durante toda su permanencia en la federación son adecuados, el otro 40% respondió que son muy adecuados y una minoría que es el 6.7% respondieron que los entrenamientos no son nada adecuados.

Gráfico 11

¿Está satisfecho con el material deportivo que la Federación brinda para sus entrenamientos?

15 respuestas



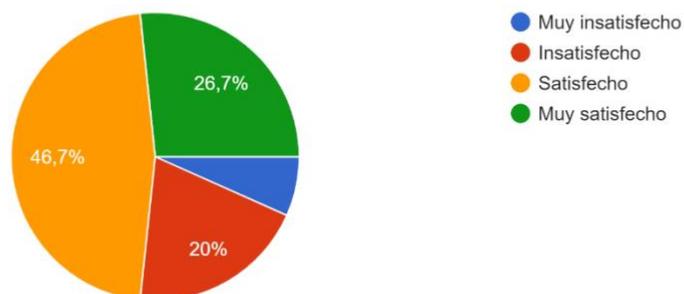
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

Este gráfico demostró que el 73.3% de nuestra muestra encuestada está satisfecha con los materiales deportivos que la Federación brinda y el 26.7% está muy satisfecha dando como resultado que la mayoría de nuestra muestra encuestada está de acuerdo con los materiales que la Federación brinda para sus entrenos

Gráfico 12

¿Está satisfecho con la logística de la Federación para los viajes fuera y dentro del país?

15 respuestas



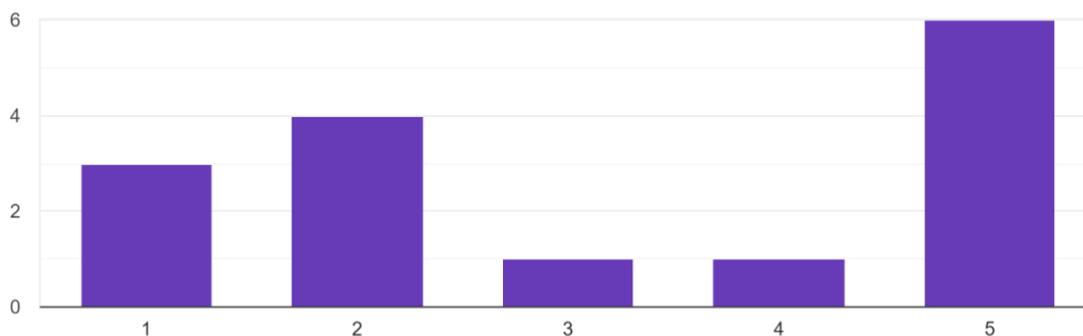
Fuente: Elaboración propia con base a datos.

El gráfico muestra la respuesta a la pregunta de qué tan satisfecho está con la logística de la Federación para los viajes fuera y dentro del país, por lo tanto el 46.7% de nuestra muestra encuesta dice que está satisfecho, el otro 26.7% respondió que está muy satisfecho, pero el 20% respondió que está insatisfecho y el último porcentaje de 6.6% dice que está muy insatisfecho, llegando a la conclusión que el 73.4% de nuestra muestra encuestada está satisfecha pero el 26.6 no está satisfecho con la logística.

Gráfico 13

¿Como valoras el ambiente deportivo en la Federación? Califica del 1 al 5

15 respuestas



Fuente: Elaboración propia con base a datos.

En este gráfico podemos observar que en la valoración del ambiente deportivo de la Federación el 40% de nuestra muestra encuestada lo calificó en el rango de 5, el 13.4% valoró en el rango de entre 3 a 4 y el 46.7% valoró entre el rango de 1 a 2, dando como resultado una opinión dividida de parte de la muestra.

Tabla 1 ¿Qué crees que hace falta para mejorar el desarrollo del deporte?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Apoyo de instrucciones del gobierno (INDES o COES)	9 personas	60%
Más compromiso de los atletas	3 personas	20%
Promoverlo más	3 personas	20%

Fuente: Elaboración propia con base a datos

Esta tabla nos muestra las respuestas que se obtuvieron de parte de nuestra encuestada y el porcentaje obteniendo que el 60% respondió que para mejorar el desarrollo del deporte hace falta más apoyo de las instituciones del gobierno (INDES o COES), un 20% respondió que los atletas deben tener más compromiso y el otro 20% respondió que promoverlo más ayudará a su desarrollo

CONCLUSIONES

Con la recolección de datos de esta encuesta se llegó a la conclusión que las personas encuestadas son la mayoría del sexo masculino por parte de la Federación y que están satisfechos con el lugar donde practican hockey y con su higiene y orden de todo el establecimiento.

De igual forma, nuestra muestra encuestada tuvo opiniones divididas en algunas preguntas que casi representaban el 50% a 50% ósea la mitad de los encuestados estaba de acuerdo y la otra mitad no, pero era mínima la diferencia será una o dos personas que se unían para ser la mayoría.

Pero de en el caso de la pregunta “qué crees que hace falta para mejorar el desarrollo del deporte” se obtuvo la conclusión de que la muestra encuestada respondió que con más apoyo por parte del gobierno a través de INDES o COES se podría lograr destacar más el deporte, que los atletas tengan mayor compromiso y la promoción del deporte a nivel nacional es el factor que hace falta para lograr un mayor desarrollo y alcance de este deporte.

RECOMENDACIONES

- El complejo deportivo necesita mejorar las condiciones de los vestuarios que los atletas y deportistas utilizan.
- Realizar eventos para recaudar sus propios fondos y no depender tanto de las ayudas de las entidades del gobierno
- Motivar a los atletas a llegar a los entrenamientos para seguir aumentando su destreza
- Alentar a más jóvenes a practicar este deporte para poder tener más atletas
- Tratar de hacer crecer el deporte con escuelas en municipios o departamentos del país que puedan, ya que hay atletas de diferentes partes del país que pueden brindar esa ayuda

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



CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA

SECCIÓN 3. GESTIÓN DE LA CALIDAD

ELABORADO POR:

Diana Stefany Barahona Rivera BR17029

Katherine Georgina Rodríguez Guillen RG17054

Marcela María Santamaria Cea SC17035

Carlos Emmanuel Mejía Hernández MH16027

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo realizado se detalla los resultados del Cuestionario de autoevaluación de la Federación salvadoreña de hockey bajo el modelo EFQM donde se analizan criterios y subcriterios por medio de escalas de valoración para conocer los puntos obtenidos y tener conocimiento de cada dato que puede ayudar a mejorar la eficiencia de la Federación, nuestra investigación la hemos realizado por medio de entrevistas hacia algunos atletas de la Federación de igual manera tomamos a bien responder por medio del método de observación algunas preguntas que se pueden responder a simple vista, a parte de los resultados obtenidos en la escala de valoración se hizo un análisis a fondo para delimitar la veracidad de los datos dando a conocer resultados positivos y negativos, esto nos ayuda para poder así dar un informe más detallado y lograr que la Federación tome conciencia de lo negativo para mejorarlo y lo positivo para mantenerlo incluso mejorarlo.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Conocer los resultados positivos y negativos mediante un cuestionario de autoevaluación aplicado en la Federación de Hockey por medio de una escala de valoración para calificar la puntuación obtenida en cada subcriterio y así poder obtener un análisis.

Objetivos Específicos:

- Analizar los resultados obtenidos a través de un cuestionario de autoevaluación por medio de escalas de valoración
- Dar a conocer a la federación sobre los resultados obtenidos en el cuestionario de autoevaluación para que puedan tomar conciencia de los datos revelados.

PUNTUACION ASIGNADA A CADA CRITERIO DEL MODELO

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

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

Escala de valoración

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

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

CRITERIO LIDERAZGO 100% (10 PTS)

Subcriterios:

1.a: La identidad (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.30	0.40

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.40	
1. Se cuenta con una misión y visión dentro de la federación de hockey.				X	0.40
2.En la federación hay normas en las cuales se eligen representantes democráticamente			X		0.30
3.Existe algún conjunto de valores que se pongan en práctica en la federación.			X		0.30

4.Los líderes promueven un buen ambiente laboral por medio de una excelente comunicación y motivación dentro de la federación.		X			0.20
5.Se cuentan con criterios o evaluaciones periódicas para calificar el profesionalismo de los representantes.		X			0.20
				TOTAL	1.40

1.b: Sistema de gestión (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.30	0.50

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.50	
1. La federación cuenta con un comité organizador y de gestión para el desarrollo de estrategias.			X		0.30
2. Existe un sistema en el cual brinde apoyo a los representantes de los comités organizadores en el trabajo que realizan.			X		0.30
3. Cuentan con un sistema de medición y revisión para ver los resultados		X			0.20

obtenidos y sus mejoras por medio de sus gestiones.					
4. Existe un comité en cual este a cargo de velar que se cumplan los procesos de gestiones que realizan los comités organizadores en la federación.		X			0.20
				TOTAL	1.0

1.c: Relaciones externas (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación

Nula	Mala	Buena	Excelente		
0	0.20	0.30	0.50		
IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.50	
1. Se cuenta con el apoyo de las entidades salvadoreñas como lo es el INDES o IMDER Que son algunos de los que regulan el deporte a nivel nacional				X	0.50
2. La Federación tiene apoyo del Comité Olímpico de El Salvador (COES) en la participación de El Salvador en los Juegos Olímpicos y las distintas competencias dentro y fuera del continente americano				X	0.50

3. Cuenta con el apoyo que brindan entidades internacionales como La Federación Panamericana de Hockey que es el organismo regulador del hockey sobre césped y hockey indoor a nivel continental				X	0.50
4. Existe organizaciones no gubernamentales que apoyan la Federación			X		0.30
				TOTAL	1.80

1.d: Relaciones internas (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.30	0.50

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.50	
1. Se brinda apoyo entre los atletas de la Federación		X			0.20
2. Hay un apoyo entre la Federación y cada uno de los atletas que lo conforman			X		0.30
3. Se brinda apoyo para que los atletas crezcan en conocimientos		X			0.20
4. Hay un ente que evalúe el rendimiento del atleta y		X			0.20

lo ayude a seguir mejorando					
				TOTAL	0.90

1.e: Gestión del cambio (2 PTS)

Seleccione con una "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.10	0.20	0.33

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.10	0.20	0.33	
1. Existen comités o grupos de personas que brinden el apoyo necesario para la federación			X		0.20
2. Crees que el presupuesto o los recursos de la federación son suficientes para el cambio		X			0.10
3. Existe una comunicación entre los líderes y los atletas para sugerir cambios dentro de la federación y entrenos.			X		0.20

4. Se desarrollan programas de exhibiciones para dar a conocer el deporte			X		0.20
5. Se desarrollan capacitaciones al personal para tener un cambio en los diferentes grupos.		X			0.10
6. Existe instituciones o empresas que brinden apoyo donativo o educativo a la federación para tener una mejora o cambio.			X		0.20
				TOTAL	1.0

CRITERIO POLITICA Y ESTRATEGIA 80%

Subcriterios:

2.a: Identidad (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.30	0.45	0.66

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.30	0.45	0.66	
1. Se cuenta con un ente regulador para las normas y reglas de la federación.		X			0.30
2. Se recolectan datos e información sobre los actuales atletas y los futuros atletas para sus necesidades para tener un mejor rendimiento.	X				0
3. Existe alguna persona o grupos de personas que le		X			0.30

den seguimiento suficiente a la publicidad actual y futura de la federación para el deporte.					
				TOTAL	0.60

2.b: Sistema de gestión (2.0 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.30	0.50

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.50	
1. Se analiza el rendimiento de las competencias en las que participa la federación	X				0
2. Se analiza información sobre los datos sociales, ambientales y de seguridad antes de asistir a una competencia.	X				0
3. Se reconoce el impacto de las nuevas modalidades y nuevas reglas del hockey.	X				0

4. Se gestiona el presupuesto adecuado para cada competencia.	X				0
				TOTAL	0

2.c: Relaciones externas (2.0 PTS)

Seleccione con una "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.30	0.50

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.30	0.50	
1. Se actualiza la información o programas de la política y estrategia en la federación cada cierto tiempo para mayor crecimiento.	X				0
2. Se evalúa el riesgo de no contar con canchas adecuadas para los entrenamientos.		X			0.20
3. Se desarrollan programas estratégicos para		X			0.20

obtener más escuelas de hockey					
4. Se adecuan los entrenos conforme a los aspectos ambientales y sociales de los atletas.		X			0.20
				TOTAL	0.60

2.d: Relaciones internas (2.0 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.30	0.45	0.66

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.30	0.45	0.66	
1. Existen procedimientos claves para evaluar el progreso de la política y estrategia dentro de la federación.	X				0
2. Existen lineamientos claves para el ingreso de atletas nuevos en la federación.		X			0.30
3. La federación evalúa los cumplimientos de las metas y objetivos planteados en las competencias.		X			0.30

	TOTAL	0.60
--	-------	------

3.CRITERIO PERSONAS 90% (9 PTS)

Subcriterios:

3.a: Gestión RRHH (1.8 PTS)

Seleccione con una “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente		
0	0.25	0.35	0.45		
IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.25	0.35	0.45	
1. Se cuenta con políticas y estrategias dentro de la institución		X			0.25
2. Las políticas y/o estrategias están siendo veladas por algún comité o algún encargado el cual verifique el cumplimiento de estas		X			0.25
3. Se desarrollan capacitaciones o programas los cuales mantengan		X			0.25

actualizados al personal en cuanto a la formación, planeación de cada área de la que están encargados					
4. Se innova con actividades, formaciones, proyectos a fin de mejorar y desarrollar la institución	X				0
				TOTAL	0.75

3.b: Desempeño (1.8 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0				
1. El desempeño que realiza los dirigentes de la federación es suficiente para alcanzar todas las metas y objetivos.		X			0.20
2. Existe la capacidad de trabajar en grupo o equipo por parte de los dirigentes y atletas.		X			0.20
3. Existe un programa de evaluación del rendimiento a los entrenadores para			X		0.40

poder ayudarles a mejorar sus capacidades.					
				TOTAL	0.80

3.c: Implicación (1.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.90

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.90	
1. Existe un apoyo a la participación de los atletas en las diferentes actividades que realizan para su mejora.		X			0.50
2. Se desarrollan actividades de implicación de personas como proyectos comunitarios u otros.	X				0
				TOTAL	0.50

3.d: Comunicación interna (1.8PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.90

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.90	
1. Existe una suficiente comunicación dentro de la federación		X			0.50
2. Los dirigentes de la federación tienen una buena comunicación con el personal deportivo		X			0.50
				TOTAL	1.0

3.e: Reconocimiento (1.8 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. Se desarrollan actos de reconocimiento a las personas para mantener su nivel de implicación y responsabilidades.	X				0
2. Reconocen a las personas con recursos y servicios que satisfagan sus necesidades por su buen trabajo.	X				0

3. Se realizan actividades de reconocimiento para los atletas luego de participar en una competencia.	X				0
				TOTAL	0

4. CRITERIO ALIANZAS Y RECURSOS 90% (9 PTS)

Subcriterios:

4.a: Colaboraciones (1.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. se establece una alianza con los centros escolares o colegio para la práctica de hockey.			X		0.40
2. se establece una alianza con algún club deportivo.	x				0
3. se estructura una alianza con una empresa privada para el desarrollo.	x				0

	TOTAL	0.40
--	-------	------

4.b: Gestión recursos económicos (1.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. se establece una planificación económica para los distintos viajes.				x	0.60
2. se evalúan los gastos sin son necesario o no.				x	0.60
3. se garantiza el buen manejo de los recursos económicos			X		0.40
				TOTAL	1.60

4.c: Gestión recursos materiales (1.8 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. se gestiona la compra de materiales deportivo.			X		0.40
2. se garantiza la duración y cuidado de los materiales.			X		0.40
3. se cotiza el transporte para el traslado de los atletas.				x	0.60
				TOTAL	1.40

4.d: Tecnología (1.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. Se utiliza la tecnología para mejorar algunas técnicas.	x				0
2. Se cuenta con la tecnología necesaria para evaluar el rendimiento.	x				0
3. Se gestiona un programado para realizar la		x			0.20

planificación de actividades.					
				TOTAL	0.20

4.e: Gestión del conocimiento (1.8 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.20	0.40	0.60

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.20	0.40	0.60	
1. se proporciona a los atletas transparencia de los gastos de la federación			X		0.40
2. hay buen uso de la información y el conocimiento para la política de estrategia	X				0
3. se trata de mejorar el conocimiento para maximizar el valor para un futuro atleta	X				0

	TOTAL	0.40
--	-------	------

5. CRITERIO PROCESOS 140% (14 PTS)

Subcriterios:

5.a: Gestión (2.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.93

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.93	
1. Se identifica los procesos clave para una mejor estrategia.		x			0.50
2. Se evalúan los procesos antes de ponerlo en práctica.		x			0.50
3. Se establecen indicadores de proceso y se establece objetivo para mejorar el rendimiento.		x			0.50

	TOTAL	1.50
--	-------	------

5.b: Mejora continua (2.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.93

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.93	
1. Se utilizan nuevas formas de enseñanzas para mejorar en las actividades.	x				0
2. Se realiza una pre-evaluación de actividades antes de realizarlas.	x				0
3. Se garantiza que los atletas reciban la información correcta para realizar las actividades.		x			0.50
				TOTAL	0.50

5.c: Orientación al usuario (2.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.93

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.93	
1. Se realiza una autoevaluación de las actividades realizadas.		x			0.50
2. Se utiliza una nueva innovación que ayuda al mejoramiento de los entrenos.		x			0.50
3. Se establecen nuevas sedes para poner en práctica los entrenamientos.	x				0
				TOTAL	1.0

5.d: Servicio de atención (2.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.93

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala.	0	0.50	0.70	0.93	
1. Se hace publicidad de las nuevas sedes de entrenamiento.	x				0
2. La federación brinda material deportivo para algunas escuelas, colegios o clubes.			x		0.70
3. La federación compran o recibe donación de materiales exclusivo al hockey.			x		0.70
				TOTAL	1.40

5.e: Relación con usuarios (2.8 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.50	0.70	0.93

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.50	0.70	0.93	
1. Se satisfacen las necesidades del atleta durante los entrenamientos.		x			0.50
2. Se les enseñas sobre el uso de los materiales deportivos para no dañarlos tan pronto.			X		0.70
3. Hay una alianza entre atletas para que ellos puedan entrenar a otros niños o niñas.			X		0.70
				TOTAL	1.90

6. CRITERIO RESULTADOS EN LOS CLIENTES 200% (20 PTS)

Subcriterios:

6.a: Percepción (10 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.25	0.50	1.0

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.25	0.50	1.0	
1. Se obtiene alguna percepción mediante algún diagnóstico realizado en los atletas y algunas compras de materiales.		x			0.25
				TOTAL	0.25

6.b: Rendimiento (10 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.25	0.50	1.0

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.25	0.50	1.0	
1. Se realizan algunas medidas internas en la federación para evaluar, entender y mejorar el rendimiento en los atletas y darles una mejora adecuada a los atletas.	x				0
				TOTAL	0

7. CRITERIO RESULTADOS EN LAS PERSONAS 90% (9 PTS)

Subcriterios:

7.a: Percepción (4.5 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.25	1.25	2.25

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.25	1.25	2.25	
1. Se cuenta con medidas de percepción las cuales se enfoquen en los resultados obtenidos en la federación mediante las evaluaciones estructuradas a nivel del personal de la federación		X			0.25
2. Se tienen grupos o personal asignado para la		X			0.25

evaluación sobre la percepción que se tiene de la federación desde el punto de vista del personal					
				TOTAL	0.50

7.b: Rendimiento (4.5 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.25	1.25	2.25

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.25	1.25	2.25	
1. Se cuentan con las medidas necesarias para supervisar y mejorar el rendimiento del personal en la Federación de Hockey			X		1.25
2. Se tienen sistemas actualizados, capacitaciones o charlas que ayuden al personal para tener un mejor rendimiento			X		1.25

	TOTAL	2.50
--	-------	------

8. CRITERIO RESULTADOS EN LA SOCIEDAD 60% (6 PTS)

8.a: Percepción (3 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.5	1.0	1.5

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	0.5	1.0	1.5	
1. Se cuentan con criterios los cuales evalúen la percepción que se esta recolectando con la sociedad de acuerdo a las actividades u organizaciones que realiza la federación			X		1.0
2. El personal evalúa y opta por mejorar la			X		1.0

percepción que tiene la sociedad sobre la federación de Hockey					
				TOTAL	2.0

8.b: Rendimiento (3 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	0.5	1.0	1.5

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	1.0	2.0	3.0	
1. Se cuenta con las medidas necesarias para supervisar y mejorar el rendimiento de la federación para obtener una buena percepción de la sociedad			X		2.0
				TOTAL	2.0

9. CRITERIO RESULTADOS CLAVES 150% (15 PTS)

Subcriterios:

9.a: Resultados (7.5 PTS)

Seleccione con “X” la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	1.5	4.5	7.5

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	1.5	4.5	7.5	
1. Según los criterios con los que se cuenta para obtener resultados de la federación, estos se encuentran ligados a las políticas y estrategias que se establecieron para un buen desarrollo			X		4.5
				TOTAL	4.5

9.b: Indicadores (7.5 PTS)

Seleccione con "X" la puntuación que usted considere.

Escalas de puntuación:

Nula	Mala	Buena	Excelente
0	1.5	4.5	7.5

IMPLEMENTACIÓN	Nula	Mala	Buena	Excelente	PUNTOS OBTENIDOS
Valoración de cada escala	0	1.5	4.5	7.5	
1 Los resultados clave obtenidos son rápidamente evaluados para hacer las mejoras necesarias para la federación		x			1.5
				TOTAL	1.5

RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN

El cuestionario de autoevaluación fue realizado por atletas de la Federación de hockey sobre césped, y por el método de observación de los estudiantes de la licenciatura en ciencias de la educación especialidad educación física, deporte y recreación



Diagrama 1. Puntaje global de cada subcriterio de liderazgo

Los 10 puntos que otorga el criterio del liderazgo están distribuidos en 5 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 2.0. en el subcriterio 1ª se lograron 1.4 pts, en el 1b 1 pts, en el 1c 1.8 pts, en el 1d 0.9 pts y en el 1e 1 pts al sumar todos estos resultados obtenemos un total de 6.1 pts

ANALISIS

Las personas entrevistadas indican con la escala de excelente que la federación cuenta con una visión y misión como institución y así mismo tiene un buen comité organizador de estrategias solo que no hay un comité que vele porque esas estrategias se cumplan, la federación tiene un excelente apoyo de las instituciones como INDES, COES y la Federación Panamericana de Hockey. Existe un mal apoyo entre los mismos atletas dentro de la federación ya sea en sus entrenos u participaciones

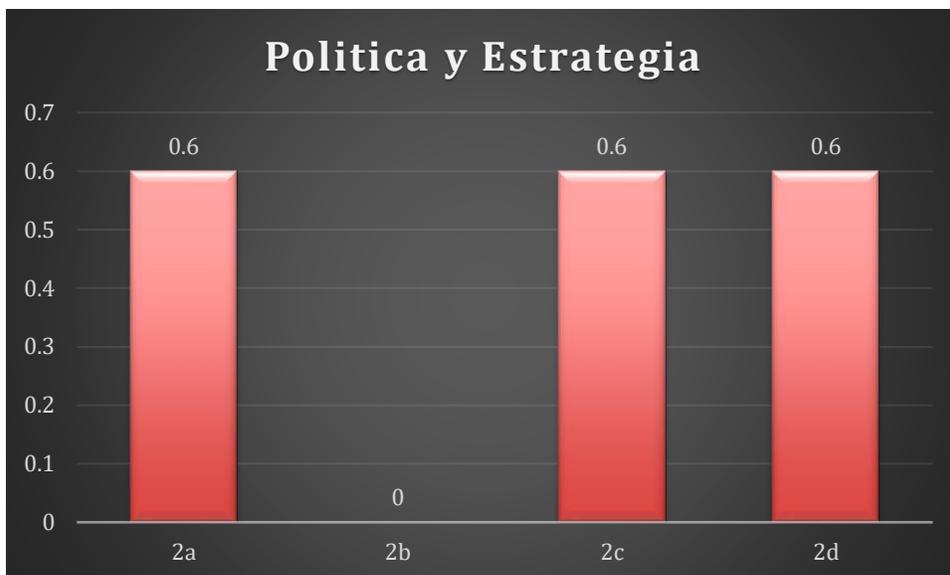


Diagrama 2. Puntaje global de cada subcriterio de política y estrategia

Los 8 puntos que otorga el criterio de política y estrategia están divididos en 4 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 2.0. en el subcriterio 2^a se lograron 0.6 pts, en el 2b la puntuación fue cero (nula), 2c se lograron 0.6 pts y 2d se lograron 0.6 pts obteniendo un total de 1.8 pts logrados.

ANALISIS

Las muestras que respondieron las entrevistas y las que observamos revelan que no se está haciendo un buen uso de las herramientas necesarias para la mejora del rendimiento físico de los atletas, ni se busca obtener instalaciones fijas para los entrenos afectando a los atletas en su desempeño a la hora de competencias obteniendo bajos resultados y poniendo en riesgo la aprobación de recursos para competencias futuras, de igual manera las herramientas para generar publicidad y hacer crecer la federación es baja casi nula haciendo escasa la participación de nuevos miembros.

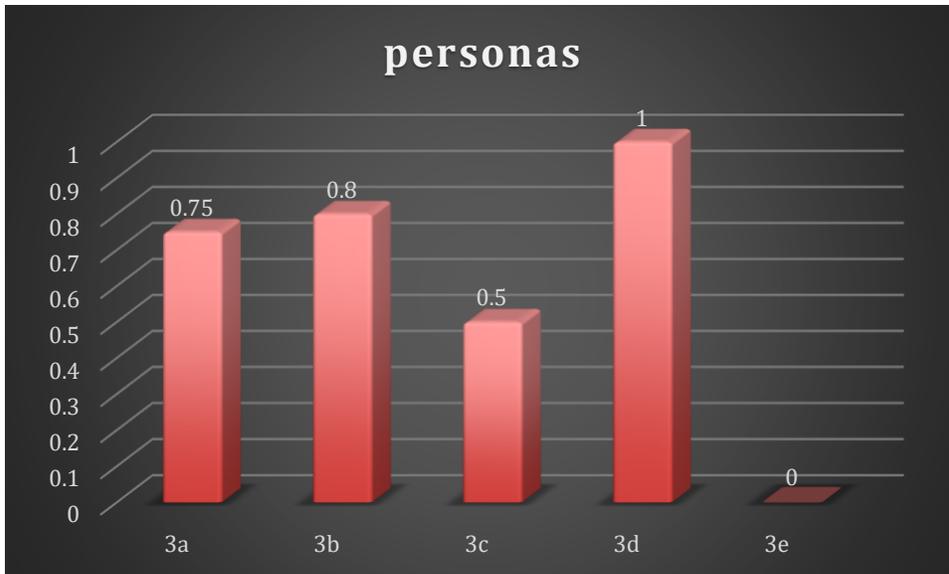


Diagrama 3. Puntaje global de cada subcriterio de personas

Los 9 puntos que otorga el criterio de política y estrategia están divididos en 5 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 1.8. en el subcriterio 3^a se lograron 0.75 pts, en el 3b se lograron 0.8 pts, 3c se lograron 0.5 pts y 3d se logró 1 pt y en el 3e fue nula obteniendo un total de 3.05 pts logrados

ANALISIS

Las muestras que respondieron las entrevistas y las que observamos revelan que las personas u personas que hacen funcionar la federación están fallando ya que las políticas y estrategias no son veladas por entes reguladores, no hay programas ni proyectos de innovación que ayuden al atleta a mejorar su rendimiento físico y su conocimiento acerca de las nuevas reglas y modalidades y no le da importancia a que el entrenador mejore su rendimiento para poder desempeñar el trabajo adecuado.



Diagrama 4. Puntaje global de cada subcriterio de alianzas y recursos

Los 9 puntos que otorga el criterio de alianzas y recursos están divididos en 5 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 1.8. en el subcriterio 4a se lograron 0.4 pts, en el 4b se lograron 1.6 pts, 4c se lograron 1.4 pts, 4d se logró 0.2 pt y 4e se lograron 0.4 pts obteniendo un total de 4 pts logrados.

ANALISIS

Las muestras que respondieron las entrevistas y las que observamos revelan que la federación está teniendo alianzas con centros escolares de ir a mostrar su deporte pero no a obtenido alianzas con empresas privadas que ayuden con el desarrollo del deporte, por otra parte si se planifica la economía de la federación y se evalúan gastos garantizan un buen uso, también se gestiona la compra de materiales deportivos pero no se cuenta con tecnología que ayude a mejorar el rendimiento ni herramientas que ayuden a mejorar el conocimiento de los atletas.

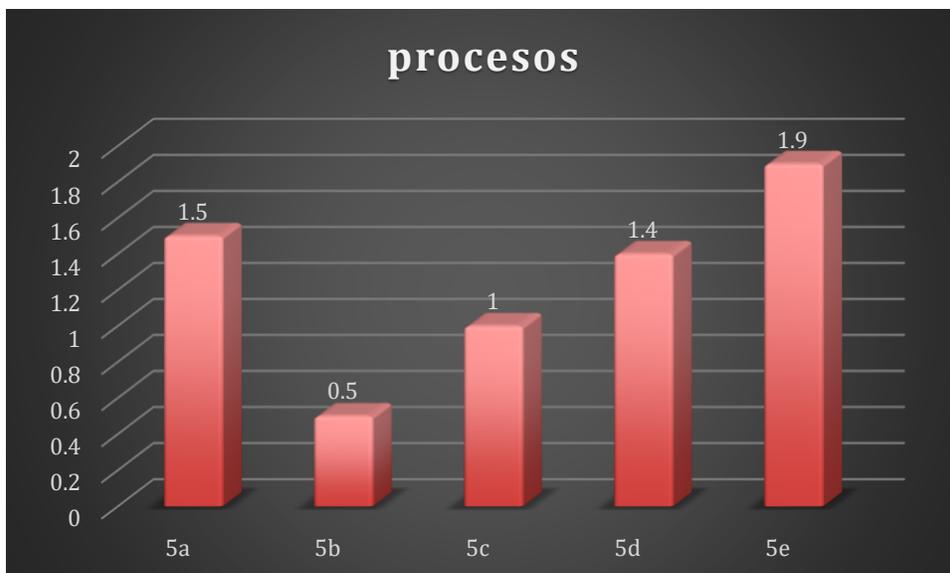


Diagrama 5. Puntaje global de cada subcriterio de procesos

Los 14 puntos que otorga el criterio de procesos están divididos en 5 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 2.8. en el subcriterio 5a se lograron 1.5 pts, en el 5b se lograron 0.5 pts, 5c se lograron 1 pts, 5d se logró 1.4 pt y 5e se lograron 1.9 pts obteniendo un total de 6.3 pts logrados.

ANALISIS

Las muestras que respondieron las entrevistas y las que observamos revelan que no se establece indicadores de procesos ni tampoco se establece objetivos para mejorar el rendimiento tanto de atletas como del cuerpo técnico, incluso no innovan las técnicas de enseñanza ni se realizan autoevaluaciones de las actividades realizadas para garantizar que estén funcionando en el mejoramiento del atleta, sin embargo la federación brinda el material necesario y enseñan sobre su uso para practicar el deporte, esto gracias a las compras y donaciones de material deportivo exclusivamente para el deporte.



Diagrama 6. Puntaje global de cada subcriterio de procesos

ANALISIS

Los 20 puntos que otorga el criterio de resultados en los clientes están distribuidos en 2 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 0.3; en el subcriterio 6^a la percepción mediante algún diagnóstico realizado en los atletas y algunas compras de materiales se considera mala por lo cual se obtiene un puntaje de 0.25, mientras que en el criterio 6b no se realiza ningún tipo de medidas internas en la federación para evaluar, entender y mejorar el rendimiento en los atletas y darles una mejora adecuada a los atletas obteniendo el puntaje en 0.0 (nula).



Diagrama 7. Puntaje global de cada subcriterio de procesos

ANALISIS

Los 9 puntos que otorga el criterio de resultados en las personas están distribuidos en 2 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 3.0; en el subcriterio 7^a obtenemos un 0.50 puntos dado que las medidas de percepción que se enfocan en los resultados obtenidos en la federación mediante las evaluaciones estructuradas a nivel del personal y los grupos o personal asignado para la evaluación sobre la percepción que se tiene de la federación desde el punto de vista del personal se califican en la escala de mala; mientras que el subcriterio 7b el cual indica que se cuenta con medidas necesarias para supervisar y mejorar el rendimiento del personal en la Federación de Hockey y también se tienen sistemas actualizados, capacitaciones o charlas que ayuden al personal para tener un mejor rendimiento obtiene un puntaje de 2.50 siendo valorado en una escala de buena.

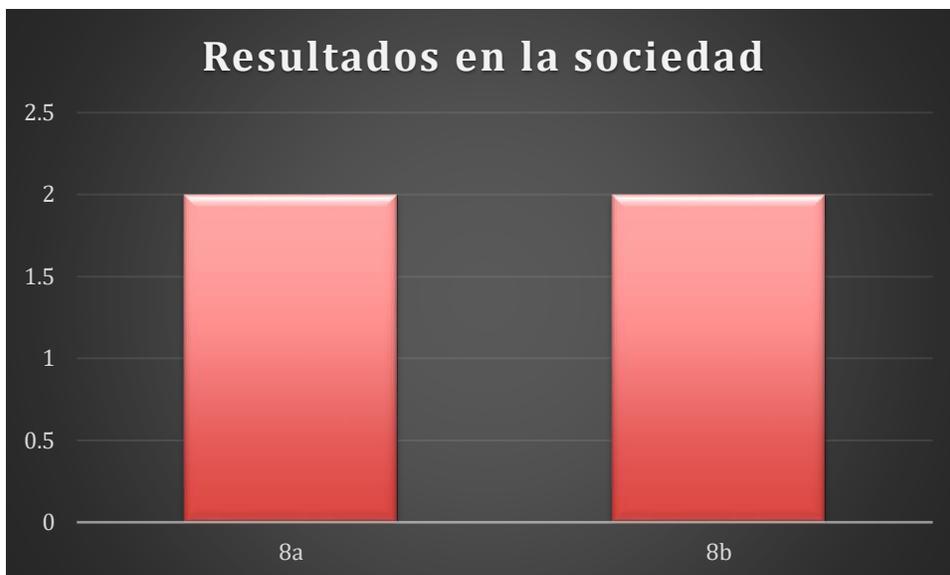


Diagrama 8. Puntaje global de cada subcriterio de procesos

ANÁLISIS

Los 6 puntos que otorga el criterio de resultados en las personas están distribuidos en 2 subcriterios que se valoran en una escala de nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 2.50; en el subcriterio 8 a obtenemos un puntaje de 2.0 ya que los criterios con los que se evalúa la percepción que se está recolectando con la sociedad de acuerdo a las actividades u organizaciones que realiza la federación se considera buena al igual que la manera en cómo el personal evalúa y opta por mejorar la percepción que tiene la sociedad sobre la federación de Hockey, mientras que el subcriterio 8b es calificado con un puntaje de 2.0 indicando como buenas las medidas necesarias para supervisar y mejorar el rendimiento de la federación para obtener una buena percepción de la sociedad.



Diagrama 9. Puntaje global de cada subcriterio de resultados claves

Los 15 puntos que otorga el criterio de resultados claves están distribuidos en 2 subcriterios que se valoran en una escala nula, mala, buena y excelente que tienen un rango entre 0.0 a 7.5. En el subcriterio 9 a se lograron 4.5 pts en el 9 b 1.5 pts al sumar todos estos resultados obtenemos un total de 6 pts logrados de 15 pts.

ANÁLISIS:

Las muestras que respondieron las entrevistas y las que observamos dicen que es bastante bueno que los criterios con los que se cuenta a la hora de obtener resultados de la federación se encuentran ligados a las políticas y estrategias que se establecieron para un buen desarrollo, en cambio dentro de la federación no actúan con los resultados claves obtenidos y no son rápidamente evaluados para hacer las mejoras necesarias para la federación.

CONCLUSIONES

Como demuestra la investigación en la federación de Hockey queda mucho por mejorar, con los resultados obtenidos según los criterios encuestados se mantiene una buena comunicación con las demás entidades para poder trabajar de la mano junto a ellas y así ofrecerle al atleta mejores recursos, eventos y motivarlos a seguir mejorando y representar al El Salvador; sin embargo así como obtuvimos calificaciones positivas, obtuvimos negativas, la federación tiene una gestión poco profesional en cuanto a recursos, normas, materiales didácticos y en la relación entre atletas, muchos de estos necesitando mejorar sus conocimientos y al mismo tiempo tocar el tema psicológico junto a ellos para lograr mejorar como equipo, no se cuenta con un equipo de comunicaciones el cual dé a conocer el deporte, a sus atletas y a los representantes con los que cuenta, se busca mantener una buena imagen ante las demás instituciones con las que trabajan en conjunto, la cual no se mantiene internamente y esto está desmotivando tanto al personal como al equipo de atletas, haciendo que el deporte vaya decayendo poco a poco.

Podemos concluir que el trabajo en equipo es primordial para que el proyecto siga adelante, la gestión, la motivación y el verdadero interés por una federación de Hockey digna representativa de El Salvador conlleva un gran esfuerzo como personal y atletas.

RECOMENDACIONES

- ✓ Tener un plan de atención y ayuda específica al atleta ya sea económicamente (viáticos) como deportivamente en sus entrenos y salidas del país a participar en diferentes torneos.
- ✓ Mejorar la imagen y el plan de marketing para tener un crecimiento positivo para toda la federación.
- ✓ Analizar los criterios y subcriterios que salieron con un puntaje bajo en el Cuestionario de Autoevaluación como insumos para la actualización y validación del Plan Estratégico de su gestión y del Plan Operativo 2023 para tener una mejora en la Federación.

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



CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEPORTIVA

SECCION 4. PLAN DE PATROCINIO

ELABORADO POR:

Katherine Georgina Rodríguez Guillen RG17054

Marcela María Santamaria Cea

Diana Stefany Barahona Rivera

Carlos Emmanuel Mejía Hernández

DOCENTE

LIC. BORIS EVERT IRAHETA SANABRIA

NUESTRA IDEA

Recurrir a empresas e industrias con prestigio en el país y a nivel internacional que ofrezcan servicios y productos en beneficio de los atletas y de la federación, tanto como en eventos deportivos, entrenos y competiciones nacionales e internacionales logrando al mismo tiempo una masificación en el deporte y un mejor desarrollo deportivo para la federación salvadoreña de hockey.

Nuestro objetivo principal es obtener beneficios mutuos que nos ayuden tanto a la FESAHOCKEY como a las empresas e industrias que estén dispuestos a involucrarse en los patrocinios de eventos deportivos recreativos y competitivos con el fin de alcanzar que sus marcas logren más reconocimiento a través de la publicidad que ofrecerá la federación.

La federación FESAHOCKEY brindara espacios visibles y apropiados al público en general que se presentaran de esta manera en todos nuestros eventos deportivos:

podios de premiación, logos en uniformes, poster de fotos de atleta con los productos o recursos, mención por parte de los atletas en medios de comunicación, post en redes sociales.

De esta manera FESAHOCKEY como las empresas patrocinadoras tendrá una continua comunicación para dialogar y sostener compromisos que sean aprobados por ambas partes y así ser firmados y autorizados por las autoridades de ambas partes para tener así un beneficio.

DIRIGIDO A:

La federación salvadoreña de hockey tiene como trabajo principal el bienestar de sus deportistas y las condiciones en las que se encuentran cada uno de ellos y así mismo incentivar a más deportistas nuevos a formar parte de la Federación Salvadoreña de Hockey mediante la publicidad y promociones de todas las empresas hermanas que buscan tener un gran crecimiento a nivel nacional como internacional con todos los eventos deportivos que se realizan.

Como FESAHOCKEY es esencial dar un reconocimiento a todas las empresas de características deportivas, hidratación, textiles y entre otras que son posibles patrocinadores para nuestra FESAHOCKEY en el área del marketing:

Premia: trofeos y medallas

INDES: Uniformes y trofeos

Electrolit: Hidratación

Gatorade: Hidratación

Sportline: calzado y accesorios

Totto: mochilas y maletas

Maca: chalecos, uniformes y entre otros.

ESTE PLAN PERMITE

Buscar y al mismo tiempo encontrar facilitadores de recursos financieros, textiles, alimenticios, entre otros; todos los recursos que puedan ser de utilidad a nuestros atletas y también a la federación de Hockey de El Salvador, siendo al mismo tiempo un gran beneficio para los patrocinadores como en publicidad de parte de nuestras instalaciones para así obtener más consumidores para sus empresas, haciendo de suma importancia dichos productos para los eventos como podrían ser las bebidas hidratantes, mostrar como en los atletas funciona de una forma realmente efectiva, otro ejemplo es el uso de marcas textiles, mostrar los buenos materiales con los que son elaborados los uniformes, calcetas y así mismo atraer no solo a consumidores, si no a más patrocinadores al ver que se puede obtener más población conectora de la marca a través de la publicidad que dará la federación.

¿QUE POSIBILITA?

La elaboración de este plan ayudará a tener una guía beneficiosa con la que pretendemos obtener una comunicación adecuada en la FESAHOCKEY que nos ayude a crear y mejorar planes de trabajo que estén propuestos en forma a que puedan darle mayor énfasis a los recursos con los que cuenta la Federación así podrán disponer con mayor facilidad, iniciativa e inteligencia de los recursos mejorando la labor administrativa al momento de utilizarlos, así podrá contar con la ayuda de las empresas que decidan apoyar al crecimiento de este deporte en El Salvador y así obteniendo el beneficio tanto como para la FESAHOCKEY como para las empresas involucradas guiándose por un estudio del terreno en el que se quiere participar en el momento de realizar dicha gestión:

- Incentivar a la creación de trabajos
- Analizar los posibles patrocinadores
- Tener en cuenta los objetivos y metas planteados
- Búsqueda de recursos financieros
- Búsqueda de donaciones
- Optimizar los recursos posibles

QUEREMOS GARANTIZAR

Para la FESAHOCKEY es importante el cumplimiento de nuestros objetivos y metas planteados con la evaluación constante del buen desarrollo de los planes de trabajo que hemos creado para ver los fallos y debilidades y así poder mejorarlos obteniendo una mejor calidad de igual forma crear propuestas y estrategias diferentes que se amolden a las necesidades de la Federación en ese momento, así ampliar la búsqueda de las posibles recursos financieros siendo estos los que ayudan a mejorar los eventos y actividades que realice la FESAHOCKEY y obtener una evolución en la forma de desarrollar eventos y actividades

PAQUETES DE PATROCINIOS

- PAQUETE ORO
- PAQUETE PLATA
- PAQUETE BRONCE



- Logotipo o marca en uniformes de calentamiento o chalecos.
- Logotipo o marca en rollup's suministrado por la empresa patrocinadora en los lugares de la premiación.
- Volantes suministrados por las empresas patrocinadoras para repartirlos en el evento deportivo.
- Menciones en redes sociales mediante publicaciones u historia.
- Menciones en discursos en los eventos deportivos.
- Canopis suministrados por las empresas patrocinadoras para puntos de distribución del producto.
- Posters y banners promocionales suministrados por las empresas patrocinadoras en diferentes puntos claves del evento deportivo.

PRECIO DEL PAQUETE: \$3,000USD



PAQUETE PLATA

- Logotipo o marca en rollup's suministrado por la empresa patrocinadora en los lugares de la premiación.
- Menciones en redes sociales mediante publicaciones u historia.
- Menciones en discursos en los eventos deportivos.
- Canopis suministrados por las empresas patrocinadoras para puntos de distribución del producto.
- Posters y banners promocionales suministrados por las empresas patrocinadoras en diferentes puntos claves del evento deportivo.

PRECIO DE PAQUETE: \$2,000USD



PAQUETE BRONCE

- Menciones en redes sociales mediante publicaciones u historia.
- Menciones en discursos en los eventos deportivos.
- Canopis suministrados por las empresas patrocinadoras para puntos de distribución del producto.
- Promoción como patrocinadores en sus redes sociales.

PRECIO DEL PAQUETE: \$1,500 USD

POSIBLES PATROCINADORES



Grupo Premio Somos la empresa líder de reconocimientos más grande de Centro América, de origen guatemalteco, con más de 35 años de historia. Una corporación con presencia en más de 5 países y más de 400 productos que ofrecer a nuestros clientes.

Los negocios de Grupo Premio incluyen el diseño, fabricación y comercialización de reconocimientos a nivel nacional e internacional.

Beneficios

- Trofeos para los primeros tres lugares de eventos nacionales y competiciones.
- Placas de reconocimiento para los eventos y los personajes más destacados en los eventos deportivos
- Medallas de lugares y reconocimiento de eventos deportivos y competiciones.



El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador es el ente encarado de manejar y fomentar el deporte en los salvadoreños, es una institución perteneciente al gobierno de El Salvador, pero a la vez descentralizada y autónoma, maneja alrededor de 37 disciplinas deportivas.

Beneficios

- Uniformes de entreno
- Uniformes presentación
- Trofeos y medallas para eventos deportivos.



Electrolit, producido por el Grupo Pisa, es una marca 100% mexicana con constante expansión internacional en países como Estados Unidos, Francia, Colombia, Costa

Rica y El Salvador.

Grupo Pisa es la empresa farmacéutica líder en Latinoamérica, fundada en Guadalajara, México, en 1950 por el Profesor Miguel Álvarez Ochoa con el apoyo de un eminente grupo de médicos.

Electrolit es la marca líder en el mercado de sueros orales y la segunda en bebidas hidratantes y deportivas en México gracias a su gran efectividad y amplia presencia en el mercado.

Electrolit está científicamente formulada para ofrecer el balance perfecto de electrolitos que el cuerpo requiere: sodio, cloruro, potasio, calcio, magnesio y utilizando glucosa, endulzante natural, como medio de transporte de electrolitos.

Beneficios

- Suministros para los atletas durante sus entrenamientos.
- Hidratación durante los eventos y competencias deportivas.



GATORADE

Gatorade es la bebida isotónica de PepsiCo. Creada y probada en 1965, la bebida cuenta con las sales minerales y aromas que hacen de ésta la solución ideal para obtener una hidratación perfecta antes, durante y después de la actividad física. Esta marca,

bebida deportiva número 1 del mundo, ha desarrollado una fórmula mejorada “No artificial” sin colorantes ni edulcorantes artificiales.

Gatorade cuenta con su propio Instituto científico, el Gatorade Sport Science, que trabaja constantemente en la búsqueda de la mejor fórmula para un adecuado rendimiento deportivo.

Beneficios

- Suministros para los atletas durante sus entrenamientos.
- Hidratación durante los eventos y competencias deportivas.



Sportline, cuenta con las marcas de moda deportiva más reconocidas.

En sus tiendas podrás encontrar

productos Nike, Under Armour, adidas, Fila, Rebook, Jordan, Body Glove, Speedo.

En Sportline América manejamos el rango de tallas que nos proporcionan las marcas. El rango de tallas más frecuente en adultos, va desde 5 a 10 para dama y de 7 a 12 para caballeros. Puedes validar las tallas disponibles de alguno de nuestros productos, haciendo clic en el botón de especificaciones.

Puedes encontrar una tienda Sportline América en: Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

Beneficios

- Uniformes de presentación
- Calzado para los atletas
- Accesorios (bolsos, botellas) para los atletas



Totto, es una marca de diseño y la manufactura de morrales, ropa y accesorios que empezó en Colombia en el año 1987 expandiéndose a toda Latinoamérica y el mundo, podrás encontrar mochilas, maletines, maletas, carteras, loncheras, etc. Bajo una marca global que está presente en más de 57 países y más de 600 tiendas alrededor

del mundo.

Beneficios

- Mochilas para los atletas
- Maletas para viajes
- Camisas de presentación



Es una marca de ropa especializada en la fabricación de ropa deportiva buscando la mejor relación costo - beneficio - calidad del mercado regional, cumpliendo con los requisitos de los clientes para lograr su

preferencia, así mismo, colaborar para el desarrollo del rendimiento y confort para los usuarios de nuestros productos.

Beneficios

- Uniformes deportivos de selección nacional
- Chalecos deportivos para los entrenamientos
- Licras deportivas
- Uniformes de presentación
- Uniformes de presentación tipo poco y pants o shorts

FORMAS PROMOCIONALES



presentación.

Marca o logotipo colocado de forma visible en la **camisa**

- Dependiendo de lo que es permitido en competencia será el logo de cada empresa.
- Estarán colocadas en las camisas de juego y

Rollup's publicitarios

- Serán brindados por la empresa patrocinadoras.
- Distintos tamaños colocados a la entrada del torneo y cerca de la mesa del juez.



Stickers publicitarios con la marca o logo

- De 4x6 entregado al público y a cada jugador para que lo peguen donde deseen.



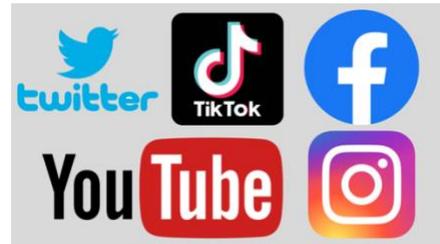
Volantes publicitarios

- Serán suministrados por las empresas.
- Serán repartidos en los eventos deportivos que se realizarán.



Mención en las redes sociales

- Publicaciones de fotos de nuestros atletas utilizando la marca de la empresa patrocinadora.



Posters y banners



- Serán suministrados por las empresas y colocados en puntos estratégicos.
- Canopes para punto de distribución de productos.
- Serán proporcionados por las empresas.
- Estarán colocados cerca para la distribución de los objetos de patrocinio.

OBSERVACIONES:

- Plantear estrategias que siempre sean de mutuo acuerdo para el patrocinador y para el beneficiario.
- Buscar los medios de comunicación apropiados para poder llegar hasta los posibles patrocinadores, ya sea por medio de cartas, solicitudes, reuniones virtuales, reuniones presenciales.
- Verificar siempre que los acuerdos se estén cumpliendo y que las estrategias planteadas sean de beneficio y estén cumpliendo con las metas y propósitos establecidos.
- Modificar o mejorar posibles fallas que puedan ocurrir en alguna estrategia para así mejorar en un futuro como institución y mantener a los patrocinadores beneficiando a nuestra Federación de Hockey Salvadoreña.
- Crear planes o estrategias que nos permitan buscar nuevos patrocinadores para contar con más apoyo hacia la Federación.
- Escuchar y tomar en cuenta las posibles ofertas que los patrocinadores puedan plantearnos para mejorar nuestros paquetes.

BIBLIOGRAFIA

- Datosmacro.com (2021) El salvador: economía y demografía
<https://datosmacro.expansion.com/paises/el-salvador>
- Banco mundial (2022) el salvador panorama general
<https://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador/overview#:~:text=En%202021%2C%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico,0%20por%20ciento%20en%202023.>
- PanamHockey Miembros/Organización (2022)
<http://www.panamhockey.org/es/home>
- INDES (2022) Hockey busca expandirse en El Salvador
<https://goes.indes.gob.sv/2022/11/06/hockey-busca-expandirse-en-el-pais/>