

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



TÍTULO

**“ANÁLISIS ADMINISTRATIVO EN LAS ÁREAS DE MARKETING, GESTIÓN Y
EVALUACIÓN DE CALIDAD BASADO EN LAS NORMAS EFQM Y PLAN DE
PATROCINIO DE COPESA”**

PRESENTADO POR:

JAIME EDUARDO ORTIZ RAMOS
MARCOS ALBERTO LOPEZ DIAZ
OSCAR SAUL RIVERA DIAZ
SONIA JUDITH RIVERA FLORES
WENDY YAMILETH GUZMAN PANAMEÑO

CARNET

OR15020
LD12006
RD16002
RF16015
GP16027

PARA OPTAR AL TÍTULO

**LICENCIADO-A EN CIENCIAS DE LA EDUCACION, ESPECIALIDAD EDUCACION
FISICA DEPORTE Y RECREACIÓN**

DOCENTE ASESOR

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO

MAESTRO JAVIER VLADIMIR QUINTANILLA ORELLANA

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR FABIO CASTILLO FIGUEROA , SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR,CENTROAMÉRICA, 28 DE NOVIEMBRE 2024**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR:

RECTOR:

JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

VICERRECTOR ACADÉMICO:

EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:

ANA RUTH AVELAR

FISCAL GENERAL:

CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

VICEDECANA:

MARÍA BLAS CRUZ JURADO

SECRETARIA:

NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHÉ PADILLA

DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO:

SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN:

ALFREDO ESCOBAR RODRÍGUEZ.

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN

REINALDO ANTONIO LOPEZ CARRILLO

DOCENTE ASESOR.

BORIS EVERT IRAHETA

DEDICATORIA:

Primeramente darle las gracias a Dios por darme la sabiduría y el entendimiento para haber terminado la carrera.

Agradecer a mi madre Edith Panameño por ayudarme en todos mis años de estudio , y por el enorme sacrificio que ha hecho para que pueda culminar mis estudios universitarios . A mis hermanos Erika Panameño y Orlando Panameño por ser parte fundamental en este proceso, ya que siempre me han ayudado, me han dado ánimos y apoyado en todo momento de mi carrera.

Agradezco también a mi hija ya que ella es mi motivación para seguir adelante luchando por darle un buen futuro , y que en un corto plazo ella pueda ser una buena atleta

Agradecer a los licenciados que me impartieron las diferentes materias, ya que de cada uno de ellos aprendí algo bueno, que puedo poner en práctica a la hora de aplicar a un trabajo,

ATTE. WENDY YAMILETH GUZMAN PANAMEÑO

DEDICATORIA

Gracias Dios por haberme dado la oportunidad de culminar mis estudios universitarios estoy muy agradecido con nuestro padre celestial y con todas las personas que me apoyaron en el camino, fue duro pero al final se cumplió la meta, gracias hermana por darme siempre ese empuje para poder salir adelante sé que hemos pasado por muchas situación pero Dios nunca nos ha desamparado.

ATTE. JAIME EDUARDO ORTIZ RAMOS

INDICE

RESUMEN.	1
INTRODUCCIÓN	2
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS	4
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.	5
DISEÑO DEL PLAN DE PATROCINIO.	6
PRESENTACIÓN Y DEFENSA DEL TRABAJO .	6
LECCIONES APRENDIDAS	7
CONCLUSIONES	8
RECOMENDACIONES:	8
MÓDULO 1	9
1.1 ENTORNO GENERAL.	11
1.2 FIJACIÓN DE OBJETIVOS	12
1.3 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO.	13
1.5 SEGMENTACIÓN	14
1.6 POSICIONAMIENTO	15
1.7 MARKETING MIX.	15
1.8 PROMOCIONES.	17
1.9 PLAN DE ACCIÓN	18
1.11 IDENTIFICAR FALLAS	18
1.12 SUPERVISIÓN	19
MÓDULO 2	20
EFQM	22
OBJETIVOS	23
PUNTUACIÓN ASIGNADA A CADA CRITERIO.	24
CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	25
BLOQUE 1 CRITERIO DE PROPÓSITO, VISIÓN Y ESTRATEGIA (100 PTS)	25
BLOQUE 2 CRITERIO CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO (100 PTS)	30
BLOQUE 3. IMPLICAR A LOS GRUPOS DE INTERÉS (100 PTS)	34
BLOQUE 4. CREAR VALOS SOSTENIBLE (200 PTS)	40
BLOQUE 5 GESTIONAR EL FUNCIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN (100 PTS)	44

BLOQUE 6 PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES (200 PTS)	49
BLOQUE 7 RENDIMIENTO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO (200 PTS)	54
RESULTADO DE EL MODELO EFQM.	59
CRITERIO 1 PROPÓSITO, VISIÓN Y ESTRATEGIA	60
CRITERIO 2 CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO	61
CRITERIO 3 IMPLICAR A LOS GRUPOS DE INTERÉS	62
CRITERIO 4 CREAR VALOR SOSTENIBLE	63
CRITERIO 5 GESTIONAR EL FUNCIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN	64
CRITERIO 6 PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES	65
CRITERIO 7 RENDIMIENTO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO	66
CONCLUSIONES.	67
RECOMENDACIONES	68
MÓDULO 3	69
3.1 RESEÑA HISTÓRICA	71
3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN	72
3.2 MISIÓN VISIÓN Y VALORES	72
3.3 ÁREAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN.	73
4.4 DEFINICIÓN DE PATROCINIO DEPORTIVO Y PRINCIPALES ELEMENTOS:	74
3.4 PRINCIPALES FORMATOS UTILIZADOS EN EL PATROCINIO DEPORTIVO	75
3.5 ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA PATROCINIO DEPORTIVO	76
3.6 GESTIÓN DEL PLAN DE LA FEDERACIÓN	77
3.7 POSIBLES EMPRESAS O MARCAS CON LAS QUE SE GESTIONARÍA PATROCINIO	78
3.8 DAFO DEL PLAN EN INSTITUCIÓN	80
3.9 RAZONES Y ARGUMENTOS PARA PATROCINAR O QUE NOS PATROCINEN EVENTOS DEPORTIVOS U OTROS	83
4.10 PATROCINIO SEGÚN TIEMPO	85
4.12 VENTAJAS PARA LOS PATROCINADORES.	85
4.13 MARCO LEGAL DEL PATROCINIO	86
4.14 DERECHOS Y BENEFICIOS DE LOS PATROCINADORES SEGÚN COPESA, SERAN 3 CATEGORÍA DE PATROCINADORES	87
4.15 PATROCINADOR OFICIAL	89

RESUMEN.

En el presente trabajo de especialización fundamentos de marketing gestiones y evaluación de calidad en el deporte está realizado para el comité paralímpico de el salvado en la disciplina de para atletismo expuesto por medio de la investigación dar a conocer las estrategias y beneficios que se pueden tener con el marketing para la disciplina deportiva por medio de la presente investigación, Los especialistas en esta área se enfrentan al desafío de maximizar el impacto positivo del deporte en la sociedad por medio del plan de marketing, en donde por medio de técnicas novedosas lograr los objetivos trazados, el propósito de esta estrategia es lograr darle prioridad a la inversión de los recursos, para que de este modo, pueda asegurar que estos consigan los objetivos trazados Por medio del sistema de gestión y calidad, para promover el para atletismo en la zona de san salvador como una opción de alto rendimiento deportivo y rehabilitación para personas con discapacidad, a través de la estrategia de marketing enfocados en visibilizar los beneficios y generar oportunidades de participación.

Palabra clave: Marketing estratégico, plan de mercado, Modelo de calidad, COPESA, paraatletismo, INDES,

INTRODUCCIÓN

En el curso de especialización fundamentos de marketing gestiones y evaluación de calidad en el deporte los logros alcanzados por cada modelo es visión de un comité deportivo representa el plan de marketing presentar la propuesta para desarrollo y fortalecimiento hacia el cual aspira llegar. Es una declaración inspiradora que trasciende los límites actuales y establece una imagen clara del futuro del para atletismo deseado. La visión debe reflejar los valores y principios fundamentales del comité, así como sus metas más ambiciosas. En pocas palabras, es una guía que impulsa a los miembros del comité a trabajar en conjunto, superar obstáculos y alcanzar logros extraordinarios para satisfacer los eventos deportivos.

Con el modelo EFQM es la adaptación de una guía de implementos de sistema de gestiones de calidad basado en el modelo para el área de paralelismo del comité paralímpico de el salvador la visión inicial del modelo para la gestión de la calidad basado en un enfoque en el proceso por todos los miembros de la organización buscan el resultado sobresaliente para obtener la satisfacción del cliente para alcanzar la sostenibilidad de la innovación de la transformación digital. formaciones y de trabajados con el lineamiento de EFQM dispone del modelo de referencia en gestiones más utilizados por las organizaciones en todo el mundo.

beneficios mutuos por medio del patrocinio promocional de la marca para COPESA representa una oportunidad única para unir fuerzas en torno a los valores compartidos como la inclusión la superación y el deporte al combinar los recursos y la experiencia ambas organizaciones se puede generar un impacto positivo significativo en la sociedad para fortalecer la imagen de marca de ambas entidades los valores como la superación el esfuerzo y la perseverancia lo que fortalece su reputación organización de eventos para dar a conocer el deporte paralímpico realizar jornadas deportivas clínicas y exhibición para acercar el deporte a la población y generar interés en los patrocinadores

JUSTIFICACIÓN

El curso de especialización fue creado para conocer de cómo se desarrolla un plan de patrocinio deportivo para el comité paralímpico de el salvador en la disciplina de para atletismo obteniendo conocimiento de gran importancia; por medio de este proyecto se ha logrado un mayor alcance de conocimiento con métodos que expanden la información necesaria del deporte así también para obtener un crecimiento satisfactorio y así lograr un mayor apoyo por parte de entidades como agua cristal electrolit, galaxia, maca, donde beneficie en su totalidad tanto a atletas como a futuros atletas dando mayor relevancia a los chicos promesas que serán el futuro del desarrollo del para atletismo así resolviendo la problemática de falta de patrocinio a este deporte. La gestión nos ayudará al procedimiento y acciones que se enfocarán en diferentes marcas productos o servicios por medio de estrategias Este proyecto es relevante hacia el desarrollo del para atletismo porque nos permitirá tener un mayor énfasis en su formación dando la oportunidad al comité paralímpico de el salvador a formar atletas capaces desde la infancia y así poder obtener buenos resultados en las diferentes competencias a nivel nacional o internacional

Además, realizar este curso especializado nos ayudará a conocer los conceptos claves y la metodología propia de las etapas que se involucran en cada una de las estrategias, así como el impacto que tienen el marketing en el comité paralímpico de El Salvador.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Apoyar al desarrollo de fundamentos de marketing del Comité Paralímpico De El Salvador obteniendo gestión y evaluación de calidad Para el para atletismo a través de un plan de patrocinio

OBJETIVO ESPECIFICO

- Realizar un programa de plan marketing con los lineamientos planteados en dicho comité.
- Elaborar un plan de patrocinio en base a las necesidades que cuenta el comité.
- Establecer la finalidad y la gestión de un plan de marketing.
- Describir las estrategias funcionales de la calidad del plan.
- Satisfacer las necesidades y expectativas de los atletas del comité paralímpico de El Salvador.
- Incrementar la mayor visibilidad de las distintas marcas en los eventos deportivos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

El proceso de grado en la modalidad curso de Especialización de la carrera en Licenciatura en Ciencias de la Educación ,Especialidad ,Educación Física ,Deporte y Recreación de la Universidad de El Salvador (UES) se desarrolló en la rama de ESPECIALIZACIÓN ,FUNDAMENTOS DE MARKETING Y EVALUACIÓN DE CALIDAD EN EL DEPORTE .

El curso que se desarrolló los días viernes por la tarde de las 4 :00 PM a 6 :00 PM y actividades que el grupo desarrolló fue en el Comité paralímpico de El Salvador (COPESA) en la disciplina de para atletismo .

Dichas actividades tenían como objetivo colaborar con el comité paralímpico para obtener una mejor visualización como deporte inclusivo de alto rendimiento creando un plan de Marketing y convenio con patrocinadores ; así buscando generar beneficios mutuos .

ASESORÍAS PRESENCIALES

Finalizado cada módulo de la Especialidad y las tareas realizadas por parte del grupo se contaba con asesorías por parte del docente ,esto con el fin de profundizar en una mejor comprensión y orientación hacia un mejor desarrollo de los planes trazados para cada módulo completado .

REVISIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

Al inicio de las actividades se pretendía dar visibilidad al para-atletismo como deporte de alto rendimiento y su importancia tanto como rehabilitación para personas con discapacidad , se generó un plan estratégico donde por medio de patrocinadores tuvieran una mejor visualización y generar beneficios mutuos.

DISEÑO DE PLAN DE MARKETING

Mediante la elaboración de este plan se pretende mejorar la calidad y puntuación del Comité Paralímpico de El Salvador ,generando también el aprovechamiento de recursos que se dispone a través de la buena gestión y administración tomando en cuenta el nuevo apoyo que las diferentes empresas puedan brindar en beneficio de ambas partes .

IMPLEMENTACIÓN DE CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN.

Se implementó un cuestionario del modelo de autoevaluación (EFQM) al comité paralímpico de El Salvador (COPESA) tomando en cuenta aspectos administrativos y deportivos ,así como también la información contenida en los planes estratégicos y operativos de la federación todo con el fin de identificar áreas de mejora.

DISEÑO DEL PLAN DE PATROCINIO.

Teniendo en cuenta las necesidades del comité se desarrolló un plan de patrocinio para apoyar a atletas que participaran en los juegos CODICADER a realizarse en Panamá del 12 al 17 de noviembre .

Con el fin de optimizar los recursos de las instituciones participantes al evento teniendo una mejor visibilidad de sus marcas tanto como el fortalecimiento en el deporte paralímpico.

PRESENTACIÓN Y DEFENSA DEL TRABAJO .

Al dar por finalizado el Curso de Especialización Fundamentos de Marketing y Evaluación de Calidad en el Deporte se entregará un trabajo final donde estarán todos los módulos cursados y desarrollados por el grupo .

Así dichos módulos estarán sometidos a una evaluación ya sea expositiva o en calidad de conocimientos por medio de preguntas .

LECCIONES APRENDIDAS

La gestión deportiva en nuestro país presenta varias problemáticas que obstaculizan su desarrollo. La falta de profesionales capacitados, la corrupción, la ausencia de planes estratégicos sólidos y la deficiente implementación del marketing deportivo son algunos de los principales desafíos.

Como profesionales de la EDUCACIÓN FÍSICA, estamos llamados a liderar un cambio en este panorama. Nuestra formación nos brinda las herramientas necesarias para asumir roles directivos y gerenciales en las instituciones deportivas. A través de una gestión eficiente, podemos impulsar el desarrollo del deporte nacional y optimizar la utilización de los recursos.

Para esto debemos fortalecer la formación impulsando especializaciones en gestión deportiva y fomentar las prácticas profesionales en instituciones deportivas para desarrollar planes estratégicos y basar los planes en datos y análisis del mercado.

Al involucrar a profesionales de la educación física en la gestión deportiva, podemos garantizar una mayor eficiencia, transparencia y sostenibilidad en el sector. Es fundamental que trabajemos en conjunto para construir un deporte nacional más fuerte y competitivo.

CONCLUSIONES

- Promover el para-atletismo como un bienestar social para las personas que practican este deporte.
- A lo largo de la investigación pudimos observar que el comité Paralímpico de El Salvador, le falta hacer alianzas estratégicas de marketing para que cada para-atleta tenga la posibilidad de ser conocidos no solo a nivel nacional , sino a nivel CentroAmericano.
- Tal y como pudimos observar cuando ejecutamos el método FQM en COPESA podemos concluir que carecen de buenas estrategias de marketing,y esto conlleva a que no tengan un control de buena calidad a la hora de calificar los servicios con los que cuentan.
- Reconocimos las alianzas estratégicas que el comité paralímpico ha hecho en pro de sus para-atletas, y que son muy importantes para el desarrollo de las competiciones, y el buen manejo de los recursos que ayudan a que cada para-atleta se desenvuelva bien a la hora de sus competencias.

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda un buen plan estratégico de marketing, ya que este beneficiará a los para-atletas , con el fin de que las personas que desconocen este deporte puedan adquirir nuevos conocimientos sobre dichas actividades.
- Se recomienda a los docentes de la carrera de Educación Física de la Universidad de El Salvador que desde los primeros años tengan materias enfocadas en marketing, ya que se hará más fácil el desarrollo de los cursos de especialización.
- Se recomienda hacer un buen plan de marketing a las personas encargadas en COPESA, ya que así tendrán más alianzas estratégicas en el mercado

ANEXOS.

MÓDULO 1



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESPECIALIDAD EN EDUCACIÓN FÍSICA,
DEPORTES Y RECREACIÓN**

Nombre del Docente:

Lic. Boris Evert Iraheta

Integrantes:

Jaime Eduardo Ortiz Ramos	OR15020
Oscar Saúl Rivera Díaz	RD16002
Wendy Yamileth Guzman Panameño	GP16027
Sonia Judith Rivera Flores	RF16015
Marcos Alberto López Díaz	LD12006

1.1 ENTORNO GENERAL.

En cuanto al entorno económico: el comité cuenta con 120 mil dólares anuales para desarrollar cada evento nacionales e internacionales y el pago de empleados y en cada medio año puede utilizar 50 mil dólares extra más el cual esos van por proyectos. En el entorno social el comité paraolímpico trabaja con personas con discapacidad las cuales no cualquier institución trabaja con ellos, se les brinda la oportunidad de practicar deporte de alto rendimiento o con fines de rehabilitación lo cual les ayuda a integrarse a la sociedad, y a que pueden desarrollarse por sí solos y así sobresalir y quitar ese tabú que por la discapacidad no puedan salir adelante y que esa limitación nada más está en la mente.

En el tema tecnológico, las oficinas cuentan con todos los equipos tecnológicos incluso hay aparato tecnológico que sirve para el alto rendimiento del entrenamiento. En el aspecto político el comité paraolímpico no tiene ningún acercamiento a dicho tema.

La idea es que ellos observen a una persona con discapacidad y puedan identificarla para que practique el deporte adecuado. En este caso la capacitación es para dar a conocer las diferentes clases de discapacidades en los para-deportes para-atletismo, para-natación y powerlifting.

Aspecto cultural, el comité da a conocer todo lo que ellos hacen en diferentes partes del país haciendo charlas educativas para irle quitando a los estudiantes y demás personas la ideología sobre las personas con discapacidad. Lo que busca el INDES es masificar el deporte inclusivo para que toda persona que desea ser deporte pueda practicarlo.

1.2 FIJACIÓN DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Promover el para-atletismo en la zona de San Salvador como una opción de alto rendimiento deportivo y rehabilitación para personas con discapacidad, a través de estrategias de marketing enfocadas en visibilizar sus beneficios y generar oportunidades de participación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

OE1: Incrementar el conocimiento de la población salvadoreña sobre el para-deporte y las oportunidades que este ofrece a las personas con discapacidad.

OE2: Implementar una estrategia de marketing de contenidos en redes sociales para compartir historias inspiradoras de atletas con discapacidad, noticias sobre eventos deportivos y información sobre las diferentes clasificaciones de para-atletismo

OE3: Desarrollar talleres y seminarios para informar al público en general sobre el para-deporte y sus beneficios.

METAS:

M1: Lograr un 10% de aumento en la percepción positiva del para-atletismo entre la población urbana en el plazo de 3 meses.

M2: Organizar eventos deportivos y culturales que promuevan la inclusión y la visibilización del para deporte.

M3: Aumentar en un 7% la participación de atletas con discapacidad en competencias nacionales de para-atletismo en el plazo de 5 meses.

1.3 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DEL PLAN DE MERCADEO.

MARKETING EN REDES SOCIALES

Este es el canal principal de distribución para dar a conocer a COPESA y las acciones que se llevan a cabo para así llegar a personas con discapacidad que quieran entrar en para-deporte.

Contenido de los atletas: Los atletas subirán videos y fotos de sus entrenos y competencias en sus redes sociales privadas y las del comité.

Avisos publicitarios pagos: Implementar anuncios pagados sobre las sedes, horarios de entrenamiento y grupo etario objetivo.

1.4 CARTERA.

El propósito de estas estrategias, es poder darle un nuevo realce a los para-atletas de los diferentes ramas deportivas y así Darse a conocer y que nuevas personas tengan la oportunidad de pertenecer a estas Federaciones, Y que el público en

general tenga conocimiento de las diferentes actividades que realizan a nivel nacional e internacional.

1.5 SEGMENTACIÓN

- ❖ **Segmentación Demográfica** : tomando en cuenta las diferentes edades de las personas que practican en las diferentes ramas deportivas, tomando en cuenta como esto nos puede ayudar a tomar interés antes los diferentes escenarios deportivos

- ❖ **Segmentación Geográfica**: proporcionar un mayor énfasis a la cantidad de personas que queremos llegar, tomando en cuenta la ubicación geográfica de las personas que practican los diferentes deportes , y a su vez dar a conocer los diferentes escenarios deportivos donde se realizan competiciones

- ❖ **Segmentación psicográfica**: dar a conocer al público en general, los diferentes tipos de deporte donde ellos pueden competir , o incluso practicar para mejorar su condición física, y poder realizar con facilidad algunas actividades cotidianas.

1.6 POSICIONAMIENTO

Dar a conocer el desempeño de cada uno de los atletas en sus diferentes deportes, haciendo énfasis en la publicidad de los diferentes eventos, que estos realizan , ya sean torneos o competencias dentro y fuera del país , a su vez se pretende que las diferentes personas conozcan sobre estas disciplinas y cada vez más puedan incorporarse más jóvenes para practicar este tipo de deportes.

1.7 MARKETING MIX.

Producto:

Oferta principal: El Comité Paraolímpico ofrece oportunidades de participación en para-atletismo, para-natación y powerlifting para personas con discapacidad, tanto para alto rendimiento deportivo como para rehabilitación física y mental.

Productos complementarios: Se pueden ofrecer servicios adicionales como:

- Entrenamiento personalizado
- Asesoría en fisioterapia y nutrición
- Talleres y clínicas deportivas
- Programas educativos sobre el para-deporte
- Eventos deportivos y culturales

Precio:

- **Becas y programas de apoyo financiero:** Se pueden ofrecer becas y programas de apoyo financiero para atletas con discapacidad de alto potencial o con necesidades económicas.
- **Patrocinios y alianzas:** Se pueden buscar patrocinios y alianzas con empresas y organizaciones para apoyar el desarrollo del paradeporte y reducir los costos para los participantes.

Plaza:

Canales de distribución:

- **Presencia física:** Oficinas, centros de entrenamiento y competiciones en diferentes ciudades del país.
- **Canales digitales:** Sitio web, redes sociales, etc.
- **Asociaciones:** Colaboración con instituciones educativas, centros deportivos, organizaciones de la sociedad civil y entidades gubernamentales.

- **Accesibilidad:** Asegurar que las instalaciones, servicios y eventos sean accesibles para personas con diferentes tipos de discapacidad.

Promoción:

Comunicación estratégica:

- **Mensajes clave:** Enfatizar los beneficios del para-atletismo para la salud, el deporte, la inclusión y el desarrollo personal.
- **Público objetivo:** Segmentar la comunicación según las características, intereses y necesidades de diferentes grupos poblacionales (jóvenes, adultos, personas con discapacidad física o visual, etc.).

Canales de comunicación: Utilizar una variedad de canales para llegar al público objetivo, como redes sociales, publicidad tradicional, relaciones públicas, eventos, etc.

- **Marketing de contenidos:** Crear y compartir contenido atractivo e informativo sobre el para-deporte, historias inspiradoras de atletas, eventos, etc.
- **Influencer marketing:** Colaborar con influencers y figuras públicas para promover el para-deporte en sus comunidades.
- **Relaciones públicas:** Generar cobertura mediática sobre las actividades del Comité Paraolímpico y sus atletas.
- **Eventos y campañas:** Organizar eventos deportivos, culturales y educativos para visibilizar el para-atletismo y generar participación.

DESCRIPCION	PRECIO
Laptop trípode, cámara	\$400.00
Publicidad en línea	\$300.00
Eventos recreativos, deportivos	\$200.00
Diseño gráfico y creatividad	\$200.00
Investigación de mercado	\$600.00
Herramientas y software de marketing	\$500.00
contingencia	\$100.00
Personal y externalización	\$800.00
TOTAL	\$3.100.00

1.11 IDENTIFICAR FALLAS

1. Monitoreo constante
2. Establecimiento de objetivos claros
3. Escuchar recomendaciones de los clientes
4. Aprendizaje continuo
5. Aprovechar las herramientas tecnológicas
6. Falta de tiempo para realizar las actividades

1.12 SUPERVISIÓN

Plan de supervisión para el Proyecto de Marketing:

- Reuniones de Planificación Inicial:

1. Celebrar una reunión inicial con el equipo de marketing para discutir los objetivos, estrategias y plan de ejecución.
2. Asignar responsabilidades y tareas específicas a los miembros del equipo.

- Seguimiento de Progreso:

1. Realizar reuniones de seguimiento periódicas para evaluar el progreso del proyecto en relación con los objetivos.

- Evaluación de Estrategias:

1. Evaluar la efectividad de las estrategias y tácticas implementadas.
2. Identificar qué estrategias están funcionando mejor y cuáles pueden requerir ajustes.

- Análisis de Competencia y Mercado:

1. Realizar análisis competitivos y de mercado para estar al tanto de las tendencias y los movimientos de la competencia.
2. Ajustar las estrategias en función de la información obtenida.

MÓDULO 2



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN LICENCIATURA EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN ESPECIALIDAD EN EDUCACIÓN FÍSICA,
DEPORTES Y RECREACIÓN**

Nombre del Docente:

Lic. José Miguel Rivas Díaz

Integrantes:

Jaime Eduardo Ortiz Ramos	OR15020
Oscar Saúl Rivera Díaz	RD16002
Wendy Yamileth Guzman Panameño	GP16027
Sonia Judith Rivera Flores	RF16015
Marcos Alberto López Díaz	LD12006

EFQM

El Cuestionario de Autoevaluación de COPESA es una adaptación de la “Propuesta de una guía de implantación de un sistema de gestión de calidad basado en el modelo EFQM 2021 para el área de para-atletismo del Comité Paralímpico de El Salvador” De Choto Canizales, W. & Ibarra Argueta, K. L. (2006) presentaron una visión inicial del Modelo EFQM como un marco para la gestión de la calidad total. En esta segunda edición, ampliamos y actualizamos esta perspectiva. El Modelo EFQM, en su versión más reciente, es un modelo de gestión de la excelencia empresarial que, a través de un enfoque basado en procesos y la participación de todos los miembros de la organización, busca resultados sobresalientes y la satisfacción del

cliente. El modelo ha evolucionado para incorporar elementos como la sostenibilidad, la innovación y la transformación digital, y ofrece una amplia gama de aplicaciones, desde la autoevaluación hasta el benchmarking. Herramientas como REDER y las matrices de puntuación facilitan la implementación y evaluación del modelo, permitiendo a las organizaciones identificar áreas de mejora y alcanzar sus objetivos estratégicos.

En la elaboración del presente cuestionario para la COPESA se tomaron en cuenta aspectos administrativos y deportivos, así como también la información contenida en los actuales planes estratégico y operativo de la Federación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Contribuir a la implantación de un modelo de gestión de la excelencia en el Comité Paralímpico de El Salvador (COPESA) para la consecución de los más altos estándares de rendimiento y resultados que le posicionan como líder en la región centroamericana en el desarrollo del atletismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Valorar la calidad de la dirección, gestión y funcionamiento del Comité Paralímpico de El Salvador (COPESA) por medio de un cuestionario de autoevaluación.

- Obtener insumos para la actualización y validación del Plan Estratégico y Plan Operativo Anual del Comité Paralímpico de El Salvador (COPESA) en base a la implantación del modelo EFQM.

PUNTUACIÓN ASIGNADA A CADA CRITERIO.

Con el objetivo de obtener una visión integral del desempeño organizacional, una práctica común es emular el proceso de participación en un concurso de calidad. Esta estrategia, si bien implica un esfuerzo considerable en la preparación de una documentación exhaustiva, alineada con los requisitos de reconocimientos como el Premio Europeo de la Calidad, permite una evaluación minuciosa y objetiva. Los criterios evaluados en este proceso y su peso específico se detallan a continuación



CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

BLOQUE 1 CRITERIO DE PROPÓSITO, VISIÓN Y ESTRATEGIA (100 PTS)

Una organización sobresaliente se distingue por su capacidad para inspirar y motivar a sus miembros a través de un propósito claro y conmovedor. A su vez, posee una visión ambiciosa que la impulsa hacia un futuro prometedor y una estrategia sólida que garantiza la consecución de sus objetivos. Esta combinación de pasión, visión y planificación estratégica es la clave para el éxito sostenido de cualquier empresa.

En el subcriterio 1.1 utilice el siguiente: Propósito, visión y estrategia

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
Subcriterio) Definir el propósito y la visión	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1.1.1) Comprende la importancia de que su propósito sea reconocido como beneficioso para su ecosistema	4
1.1.2) Define un propósito que proporciona inspiración, resaltando la importancia y el valor de su actividad y que resulta atractivo a todos los grupos de interés.	4
1.1.3) Implica a sus grupos de interés clave en la definición de la estrategia para favorecer su compromiso, despliegue y comunicación.	4
1.1.4) Desarrolla modelos de negocio que se ajustan a su propósito, visión y estrategia.	4
1.1.5) Actualiza y adapta las prioridades estratégicas para reflejar las tendencias del mercado, de las redes sociales, el aprendizaje interno y la información procedente de los grupos de interés clave.	4
TOTAL, DE PUNTOS	20

En el subcriterio 1.2 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
En el subcriterio 1.2 utilice el siguiente: Identificar y entender las necesidades de los grupos de interés	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1.2.1) Identifica los grupos de interés de su ecosistema, dando prioridad a los que se considera clave, que son los que potencialmente pueden facilitar o impedir el logro de su propósito, visión y estrategia.	4
1.2.2) Comprende cómo su propósito y visión afectan a estos grupos de interés clave.	4
1.2.3) Identifica las necesidades y expectativas de sus grupos de interés clave teniendo en cuenta	0
1.2.4) Analiza los comportamientos y relaciones de sus grupos de interés clave, y cómo pueden afectar.	4

1.2.5) Examina y comprende las estrategias de sus grupos de interés clave, evalúa cómo pueden afectar su propósito, visión y modelo de negocio, y actúa en consecuencia.	0
TOTAL, DE PUNTOS	12

En el subcriterio 1.3 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 1.3 utilice el siguiente) Comprende el ecosistema, las capacidades propias y los principales retos	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1.3.1). Examina y comprende su ecosistema, incluidas las megatendencias, y las consecuencias en él de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	0
1.3.2) Analiza diferentes escenarios y reacciona adecuadamente a cualquier impacto que puedan tener sobre su propósito, visión, estrategia y resultados.	4
1.3.3) Conoce el potencial de sus capacidades actuales y desarrolla sistemas para optimizar el impacto sobre su propósito,	0

visión, estrategia y resultados.	
1.3.4) Investiga y entiende las dinámicas del mercado, actuales y futuras, y el impacto que puedan tener sobre su propósito, visión y estrategia, desarrollando respuestas adecuadas a las mismas.	4
1.3.5) Evalúa y valora los datos, información y conocimiento, recogidos de su ecosistema para entender cuáles son sus principales retos actuales y futuros.	4

TOTAL, DE PUNTOS	12
------------------	----

En el subcriterio 1.4 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
--	---

Subcriterio 1.4 utilice el siguiente) Desarrollar la estrategia	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1.4.1) Desarrolla la estrategia y un conjunto de prioridades estratégicas relacionadas que abordan los principales retos identificados, asegurándose de que se desarrollan y llevan a cabo acciones, cuando sea necesario, para marcar el ritmo dentro de su ecosistema.	4
1.4.2). Traduce las estrategias y las prioridades estratégicas en objetivos de rendimiento e iniciativas de transformación.	4
1.4.3). Implica a sus grupos de interés clave en la definición de la estrategia para favorecer su compromiso, despliegue y comunicación.	4

1.4.4) Desarrolla modelos de negocio que se ajustan a su propósito, visión y estrategia	4
1.4.5) Actualiza y adapta las prioridades estratégicas para reflejar las tendencias del mercado, de las redes sociales, el aprendizaje interno y la información procedente de los grupos de interés clave.	0
TOTAL, DE PUNTOS	16

En el subcriterio 1.5 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 1.5 utilice el siguiente) Diseñar e implantar un sistema de gestión y de gobierno	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
1.5.1) Diseñar e implantar un sistema de gestión (del funcionamiento y del rendimiento) y de gobierno, alineado con sus aspiraciones y que responde a su estrategia, a su evolución en el ecosistema, a sus propias capacidades y a los principales desafíos.	4
1.5.2) Establece un sistema de gobierno corporativo que permite a los grupos de interés clave, contribuir a la estrategia y la toma de decisiones.	4

1.5.3) Define e implanta un calendario de rescisión del sistema de gobierno, que se adapta a la velocidad de los cambios en el ecosistema y que facilita el seguimiento de la implantación de la estrategia y orienta el funcionamiento de las prioridades de transformación.	4
1.5.4) Se asegura de que la gestión del funcionamiento y de la transformación y los sistemas de reporte están contruidos de acuerdo a la forma de trabajar de la organización, para facilitar la información puntual y la transparencia con los grupos de interés clave.	4
1.5.5) Se asegura de cumplir con los principales requerimientos gubernamentales, legales y regulatorios.	4
TOTAL, DE PUNTOS	20

BLOQUE 2 CRITERIO CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO (100 PTS)

Dirigir la cultura de la organización y el liderazgo

Cómo se implanta la federación la cultura de organización y liderazgo ,apoyada en dirección, ejecución y liderazgo.

utilizando en el criterio 2.1 el siguiente esquema.

0 (Evidencia ausente)	4.16 (Evidencia presente)
--------------------------	------------------------------

Subcriterio 2.1 Dirigir la cultura de la organización y reforzar los valores	16 pts
Evidencia de su implementación	PUNTOS LOGRADOS
2.1.1) Comprende y orienta su cultura para alinearse con el propósito e identifica cuando hay necesidades reajustarla	4
2.1.2 Refuerza sus valores, traduciéndose en normas y conductas deseadas que claramente a través de acciones	4

2.1.5 Alinea los sistemas de evaluación, reconocimiento y retribución, con el fin de fomentar la cultura con sus valores organizativos deseados, celebrando los logros que se van obteniendo.	4
2.1.6 Identifica, reconoce y promueve a otros referentes de su ecosistema que están liderando el camino hacia un futuro más sostenible para todos.	0
PUNTOS LOGRADOS	17

2.1.3 Transmite los comportamientos deseados en cuanto a ética, integridad y conciencia social, asegurando que sus personas incorporan estos comportamientos deseados en sus propias actuaciones.	4
2.1.4 Manifiesta y promueve la preocupación por el medioambiente y la escasez de recursos, alertando sobre la importancia de ser socialmente responsable con el entorno.	0

En el subcriterio 2.2 utilicé:

0 (evidencia ausente, 0 puntos logrados)	5 (evidencia presente 5 puntos logrados)
---	---

Subcriterio 2.2 Crear las condiciones para hacer realidad el cambio.	20 Pts
Evidencia de su implementación	PUNTOS LOGRADOS
2.2.1 Trabaja con sus grupos de interés clave para crear las condiciones en las que conseguir que los cambios con éxito sean la norma.	5
2.2.2 Crea un ambiente en el que puedan desarrollarse actitudes de “no culpabilización” y un espacio donde experimentar, equivocarse y aprender de los errores..	5
2.2.3 Transmite los comportamientos deseados en cuanto a ética, integridad y conciencia social, asegurando que sus personas incorporan estos comportamientos deseados en sus propias actuaciones.	0
2.2.4 Cultiva un espíritu de aprendizaje para hacer realidad su estrategia, estimulando la mejora continua y, a la vez, la transformación de la organización.	5
2.2.5 Aprende de las experiencias de cambio anteriores y define estrategias que permiten gestionar el cambio con éxito.	5
PUNTOS LOGRADOS	25

En el subcriterio 2.3 Utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4.16 (Evidencia presente, 4.16 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 2.3 Estimular la creatividad y la innovación.	25 Pts
2.3.1 Entiende la importancia y los beneficios de focalizarse en la creatividad, la innovación y el pensamiento disruptivo para alcanzar su propósito, visión y estrategia.	4
2.3.2 Establece metas y objetivos ambiciosos que estimulan la creatividad, la innovación y el pensamiento disruptivo	4
2.3.3 Promueve una cultura en la que se fomenta la creatividad, la innovación y el pensamiento disruptivo y, cuando se produce	4

un fallo, su causa se identifica rápidamente y se comparte para evitar que el mismo error se repita.	
2.3.4 Desarrolla la cultura y el conocimiento práctico que facilitan la puesta en marcha de los diferentes tipos de mejora, utilizando para ello las herramientas y técnicas necesarias	4
2.3.5 Participa en redes de aprendizaje y colaboración para identificar oportunidades de creatividad innovación y pensamiento disruptivo.	4
2.3.6 Busca oportunidades de benchmarking externo para estar al día de las últimas tendencias y oportunidades de innovación	0
<i>PUNTOS LOGRADOS</i>	25

En el subcriterio 2.4 Utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	5 (Evidencia presente, 5 puntos logrados)
---	---

Subcriterio 2.4 Unirse y comprometerse en torno a un propósito, visión y estrategia	25Pts
2.4.1 Invierte en asegurar que su propósito, visión y estrategia se comuniquen eficazmente en sus grupos de interés clave, para obtener su confianza y compromiso, creando un ambiente abierto y de tranquilidad.	5

2.4.2 Fomenta y aprecia un feedback sincero en todo lo relativo a su propósito, visión y estrategia.	5
2.4.3 Transmite a sus grupos de interés clave, el impacto y relevancia de sus contribuciones específicas al propósito, visión y estrategia, explicándoles la importancia de obtener y mantener su compromiso.	5
2.4.4 Reconoce, celebra y comparte con sus grupos de interés clave cada éxito alcanzado, para ayudar a reforzar las conductas	5
PUNTOS LOGRADOS	25

BLOQUE 3. IMPLICAR A LOS GRUPOS DE INTERÉS (100 PTS)

Dado que vivimos en un entorno cada vez más dinámico y cambiante, necesitamos de la implicación de los grupos de interés de una organización.

En el subcriterio 3.1 Utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	5 (Evidencia presente, 5 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 3.1 Clientes: Construir relaciones sostenibles	20 pts
3.1.1 Identifica y clasifica sus clientes en base a criterios definidos, por ejemplo: características sociales, diferencias en necesidades y expectativas, comportamientos de usuario o comprador, etc.	5
3.1.2 Mantiene relación con sus clientes durante todas las etapas de creación de valor sostenible, incluso en aquellas	5

fases en las que no hay creación de valor en curso.	
---	--

3.1.3 Comprende las necesidades de comunicación y contacto directo de los diferentes segmentos de clientes.	5
3.1.4 Establece canales de comunicación que facilitan a sus clientes interactuar con la organización y proporcionar feedback sobre su experiencia de cliente, al tiempo que ayudan a que la organización pueda reaccionar de forma ágil y adecuada.	5
PUNTOS LOGRADOS	20

En el subcriterio 3.2 utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos obtenidos)	3.33 (Evidencia presente, 3.33 puntos obtenidos)
--	---

Subcriterio 3.2 Personas, atraer, implicar, desarrollar y retener el talento	20 pts
3.2.1 Desarrollar una estrategia y planes para la gestión de las personas que apoyan la estrategia global y los planes de la organización.	3
3.2.2 Se adapta a los cambios en las necesidades y	3

expectativas de sus empleados actuales y futuros, teniendo en cuenta, por ejemplo, el cambio en sus expectativas sobre la cultura y el liderazgo, la paridad y el equilibrio de género, la diversidad e inclusión, o el entorno de trabajo deseado	
3.2.3 Facilita que las personas de su organización comprendan la necesidad de cambiar e identifique oportunidades para desarrollar su conocimiento y capacidades, teniendo en cuenta su propósito, visión y estrategia.	3
3.2.4 Empodera a las personas de su organización para que comuniquen y compartan eficazmente sus experiencias y aprendizajes con otros integrantes del ecosistema.	3
3.2.5 Crea un entorno en el que las personas de su organización puedan prosperar y en el que se favorece su bienestar.	3
3.3.6 Se asegura de dirigir de forma proactiva, recompensar, reconocer y cuidar a las personas de su organización	3

Subcriterio 3.2 Personas, atraer, implicar, desarrollar y retener el talento	20 pts
3.2.1 Desarrollar una estrategia y planes para la gestión de las personas que apoyan la estrategia global y los planes de la organización.	3
3.2.2 Se adapta a los cambios en las necesidades y expectativas de sus empleados actuales y futuros, teniendo en cuenta, por ejemplo, el cambio en sus expectativas sobre la cultura y el liderazgo, la paridad y el equilibrio de género, la diversidad e inclusión, o el entorno de trabajo deseado	3
3.2.3 Facilita que las personas de su organización comprendan la necesidad de cambiar e identifique oportunidades para desarrollar su conocimiento y capacidades, teniendo en cuenta su propósito, visión y	3

estrategia.	
3.2.4 Empodera a las personas de su organización para que comuniquen y compartan eficazmente sus experiencias y aprendizajes con otros integrantes del ecosistema.	3
3.2.5 Crea un entorno en el que las personas de su organización puedan prosperar y en el que se favorece su bienestar.	3
3.3.6 Se asegura de dirigir de forma proactiva, recompensar, reconocer y cuidar a las personas de su organización	3
PUNTOS LOGRADOS	20

En el subcriterio 3.3 utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos obtenidos)	3.33 (Evidencia presente, 3.33 puntos obtenidos)
--	---

Subcriterio 3.3 Inversores y reguladores. Aseguran y mantener su apoyo continuo	17 Pts
3.3.1 Entre los inversores se pueden incluir los propietarios, accionistas, organizaciones de financiamiento e instituciones financieras.	0

3.3.2 Entre los reguladores se pueden incluir los ministerios, consejerías, organismos regionales o locales, otras autoridades públicas e instituciones paraestatales.	3
3.3.3 Idéntica a los inversores y reguladores clave que poseen un interés financiero, legal y administrativo en la organización, y comprende sus necesidades y expectativas.	3
3.3.4 Implica a sus inversores y reguladores clave en sus objetivos de mejora y transformación y en la deficiencia de su estrategia global.	3
3.3.5 Se asegura de que las relaciones con sus inversores y reguladores clave sean mutuamente beneficioso	3
3.3.6 Es transparente y rinde cuentas a este grupo de interés clave, estableciendo y manteniendo un alto nivel de confianza en todo momento	3
PUNTOS LOGRADOS	17

En el subcriterio 3.4 utilice

0 (Evidencia ausente,0 puntos obtenidos)	5 (Evidencia presente ,5 puntos obtenidos)
---	---

Subcriterio 3.4 Sociedad: contribuir al desarrollo, bienestar y prosperidad.	20 Pts
3.4.1 Usa su propósito, visión y estrategia para comprender y	5

enfocar de manera clara su contribución a su comunidad	
3.4.2 Establece, desarrolla y mantiene una relación con los grupos de intereses claves de su comunidad, encaminada al beneficio mutuo de la organización y su comunidad.	5
3.4.3 Utiliza canales de comunicación que facilitan a su comunidad interactuar con la organización y proporcionar feedback sobre sus experiencias, así como que ayudan a que la organización reaccione de forma ágil y adecuada	5
3.4.4 Es transparente y rinde cuentas a este grupo de interés clave, estableciendo y manteniendo un alto nivel de confianza	5
Total de puntos	20

En el subcriterio 3.5 utilice:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos obtenidos)	5 (Evidencia presente, 5 puntos obtenidos)
--	---

subcriterio 3.5 Partners y proveedores: construir relaciones y asegurar su compromiso para crear valor sostenible	20 pts
3.5.1 Segmenta a sus partners y proveedores clave, de	5

acuerdo con su propósito, visión y estrategia	
3.5.2 Se asegura de que sus partners y proveedores clave actúen alineados con su estrategia y de que la relación con ellos se establece en base a la transparencia, integridad y responsabilidad mutuas y se mejora.	5
3.5.3 Establece una relación de confianza con sus partners y proveedores clave con el objetivo de crear valor sostenible.	5
3.5.4 Trabaja, proactivamente, con sus partners y proveedores clave, para apalancarse en la cultura y el entretenimiento de ambas partes con el fin de alcanzar un beneficio mutuo	5
total de puntos	20

BLOQUE 4. CREAR VALOR SOSTENIBLE (200 PTS)

Logros alcanzados por la organización en relación a los integrantes que la conforman .Indique la existencia de evidencia sobre la implementación de acciones relacionadas con las siguientes afirmaciones .Utilice un esquema de respuestas de satisfacción concreto para cada ítem ,en el subcriterio 4 utilice la siguiente :

0	10
---	----

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

Subcriterio 4.1 Diseñar el valor y cómo se crea	50 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4.1.1) Es capaz de diferenciar los que los diferencia de otro incluyendo a la competencia cuando sea relevante, y lo convierte en la parte esencial del valor que crea.	10
4.1.2) Implica a sus grupos de interés clave en el proceso de desarrollo para (co-) crear y maximizar el valor.	10
4.1.3) Desarrolla un catálogo de productos, servicios y soluciones alineado con su propósito y con las necesidades y expectativas, actuales y futuras, de su público objetivo, existente y potencial.	0
4.1.4) Diseña la propuesta de valor y los sistemas para crearla, reflejando en el ciclo de vida de los productos, servicios y soluciones, de manera responsable, el impacto en la salud, seguridad pública y medioambiente.	0
4.1.5) Utiliza herramientas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercado, encuestas (a clientes) y otros sistemas de obtener información y percepciones del entorno, para desarrollar y mejorar su propuesta de valor y las etapas de creación de valor.	0
TOTAL DE PUNTOS	20

En el subcriterio 4.2 utilicé el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	12.5 (Evidencia presente, 12.5 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 4.2 Comunicar y vender la propuesta de valor	50 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS

4.2.1) Comunica lo que les diferencia de otros y su propuesta de valor con mensajes atractivos para sus clientes, actuales y potenciales, y otro posible público objetivo	12
4.2.2) Aprovecha, de forma responsable, sus redes de contactos e influencias en el mundo físico y digital, para potenciar una imagen positiva de la organización, de lo que les diferencia de otros y de su propuesta de valor.	12
4.2.3) utiliza estrategias y sistemas específicamente destinados a vender lo que les diferencia de otros y su propuesta de valor, así como sus productos, servicios y soluciones, a su público objetivo.	12
4.2.4) Facilita la relación con su público objetivo, ofreciendo su apoyo, tanto antes como después de la relación comercial, favoreciendo así la venta con éxito de su propuesta de valor.	12
TOTAL DE PUNTOS	50

En el subcriterio 4.3 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	12 (Evidencia presente, 12.5 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 4.3 Elaborar y entregar la propuesta de valor	50 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4.3.1) Implantar sistemas eficaces y eficientes para crear el valor asegurándose de que el valor creado está alineado con el propósito y el valor.	12

4.3.2) Entrega su propuesta de valor: productos, servicios y soluciones, según lo prometido, satisfaciendo y superando las expectativas de su público objetivo.	12
4.3.3) Entrega sus productos ,servicios minimizando el impacto del medio ambiente.	12
4.3.4) Aconseja a su público objetivo sobre el uso responsable de sus productos, servicios y soluciones	12
TOTAL DE PUNTOS	50

En el subcriterio 4.4 utilice el siguiente:

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

Subcriterio 4.4 Diseñar e implantar la experiencia global	50 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
4.4.1) Utiliza la percepción, entendimiento y el conocimiento de sus grupos de interés clave para definir la experiencia	10

laboral de relación con la propia organización.	
4.4.2) Establece un seguimiento consistente, continuo y eficaz a lo largo de las diferentes fases de la creación de valor, incorporando mediciones relevantes en los puntos de contacto adecuados.	10
4.4.3) Aprovecha todas las oportunidades de personalizar la experiencia global para cada grupo de interés clave, así como sus productos, servicios y soluciones.	10
4.4.4) Se asegura de que las personas de la organización disponen de los recursos, competencias y poder de decisión necesarios para maximizar la experiencia global de sus grupos de interés clave.	0
4.4.5) Diseña, implementa y utiliza en los momentos oportunos sistemas de feedback que le permiten mejorar las distintas etapas de creación de valor y sus productos, servicios y soluciones.	10
TOTAL DE PUNTOS	40

BLOQUE 5 GESTIONAR EL FUNCIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN (100 PTS)

Para poder alcanzar y mantener el éxito, toda organización tiene que ser capaz de satisfacer los dos siguientes requisitos al mismo tiempo.

Por una parte, la necesidad de gestionar el funcionamiento de sus operaciones actuales, de forma continuada, para alcanzar el éxito (Gestionar el funcionamiento).

Por otra parte, es necesario gestionar, en paralelo, los cambios continuos que se producen, tanto dentro como fuera de la organización, para mantener el éxito (Gestionar la transformación).

En el subcriterio 5.1 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
--	---

Subcriterio 5.1 Gestionar el funcionamiento y el riesgo	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5.1.1) Utiliza el sistema de gestión para asegurar una vinculación coherente entre propósito, estrategia, objetivos de creación de valor sostenible y resultados.	4
5.1.2) Utiliza el sistema de gestión para promover las mejoras fundamentadas, basadas en hechos, eficaces y con resultados.	4
5.1.3) Gestiona proyectos y mejora los procesos utilizando información de su sistema de gestión.	4
5.1.4) Identifica riesgos y evalúa el impacto potencial en sus: prioridades estratégicas, su funcionamiento, los resultados deseados y las posibles oportunidades.	4
5.1.5) Desarrolla e implanta planes para gestionar el riesgo desde diferentes perspectivas: cultural, estratégica, operativa, financiera, legal, normativa, social o tecnológica (incluyendo los riesgos de las tecnologías de la información y los desafíos de la ciberseguridad).	4
TOTAL DE PUNTOS	20

En el subcriterio 5.2 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
--	---

Subcriterio 5.2 Transformar la organización para el futuro	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS

	LOGRADOS
5.2.1) Identifica las necesidades de cambio y transformación teniendo en cuenta su propósito, estrategia, objetivos de creación de valor sostenible y resultados, así como examina su ecosistema para prever los principales retos y oportunidades del futuro.	4
5.2.2) Adapta la estrategia y su modelo de negocio actual, para satisfacer necesidades futuras, e implanta nuevos modelos de negocio basados en los retos y oportunidades previstos para el futuro.	0
5.2.3) Construye su estructura organizativa para servir mejor a su propósito, visión y estrategia y tiene en cuenta enfoques innovadores para adaptarla, basándose en los principales retos y oportunidades previstos para el futuro.	4
5.2.4) Establece y utiliza metodologías de trabajo ágiles, al tiempo que proporciona la estabilidad necesaria para gestionar las operaciones actuales.	4
5.2.5) Rediseña, cuando es necesario, la creación de valor y otros procesos organizativos, basándose en las necesidades operativas y de futuro.	4
TOTAL DE PUNTOS	16

En el subcriterio 5.3 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 5.3 Impulsar la innovación y aprovechar la tecnología	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5.3.1) Proporciona las capacidades, recursos y herramientas para desarrollar y mantener la creatividad, la innovación y el pensamiento disruptivo.	4
5.3.2) Aprovecha las innovaciones que apoyan tanto la mejora en su actividad actual, como la necesidad de transformación en el futuro.	0
5.3.3) Evalúa y explota el potencial de las nuevas tecnologías para apoyar la creación de valor, las mejoras en su infraestructura y la capacidad de respuesta y flexibilidad de sus procesos y proyectos.	4
5.3.4) Introduce desarrollos relevantes en tecnología a una velocidad que maximiza los beneficios a obtener	0
5.3.5) Evalúa y gestiona el ciclo de vida completo de las tecnologías existentes y emergentes, basándose en los principios de la economía circular, para maximizar los beneficios para todos	0
TOTAL DE PUNTOS	8

En el subcriterio 5.4 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0	3.33 (Evidencia presente, 3.33
----------------------------	-----------------------------------

puntos logrados)	puntos logrados)
------------------	------------------

Subcriterio 5.4 Aprovechar los datos, la información y el conocimiento	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5.4.1) se asegura de haber identificado los datos que necesitan para apoyar sus planes de transformación y gestionar los productos, servicios y soluciones que ofrece actualmente y es capaz de conseguir la información esencial que le pueda faltar.	3.3
5.4.2) Utiliza analítica avanzada de datos, incluyendo modelos predictivos, para extraer valor de los datos, obtener información útil y tomar decisiones fundamentadas.	3.3
5.4.3) Convierte los datos en información y conocimiento, utilizando el resultado para identificar oportunidades y crear más valor sostenible.	3.3
5.4.4) Usa el conocimiento que tienen sus grupos de interés para generar ideas e innovaciones con fin de desarrollar productos, servicios y soluciones, que contribuyan a la creación de valor sostenible, con la posibilidad de desarrollarlos conjuntamente.	3.3
5.4.5) Garantizar que los datos, información y conocimiento se tratan y utilizan de manera ética, respetando las necesidades y derechos de quienes los proporcionan.	3.3
5.4.6) Asegura, protege y maximiza el conocimiento único que posee, como por ejemplo la propiedad intelectual.	3.3
TOTAL DE PUNTOS	20

En el subcriterio 5.5 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
---	--

Subcriterio 5.5 gestionar los activos y recursos	20 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
5.3.1) Utiliza recursos financieros de manera equilibrada y sostenible para garantizar el éxito actual y la inversión futura.	4
5.3.2) Identifica y gestiona de manera responsable los activos y recursos críticos que son vitales para su estrategia, funcionamiento y necesidades de transformación, incluyendo los activos financieros (liquidez, capital e inversiones), los activos tangibles (infraestructura comercial, como por ejemplo: cadena logística, bienes inmobiliarios, tecnología y maquinaria) y los activos intangibles (datos propiedad de la organización, tecnologías y software desarrollados por la propia organización, marca, fondo de comercio y patentes).	0
5.3.3) identifica e incorpora métodos coherentes e innovadores para lograr el máximo aprovechamiento de los activos y recursos que impulsan los objetivos de funcionamiento y transformación, tanto a corto como a largo plazo, de acuerdo con las necesidades cambiantes de la organización y del mercado.	4
5.3.4) Determina los activos y recursos que ya no necesita (para su actividad actual o futura) y los desecha de manera responsable, basándose en los principios de la economía circular.	0
TOTAL DE PUNTOS	8

BLOQUE 6 PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (200 PTS)

Cómo implanta la organización mediante una estrategia claramente centrada en la percepción de los grupos de interés

Qué logros está alcanzando la organización en relación a los clientes proveedores en el servicio de la organización que la integran.

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

En el subcriterio 6.1 utilice el siguiente: Percepción de los grupos de interés

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	5 (Evidencia presente, 5 puntos logrados)
--	---

Subcriterio) Resultados de percepción de clientes	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6.1.1) La experiencia general en su trato con la organización.	0
6.1.2) La cultura de la organización, la actitud y el nivel de compromiso de las personas con el cliente.	0
6.1.3) La marca y reputación de la organización, incluyendo su impacto social y ambiental.	0
6.1.4) Los productos, servicios y soluciones ofrecidos por la organización.	0
6.1.5) El uso de la innovación para mejorar los productos, servicios y soluciones de la organización.	0
6.1.6) El uso de la tecnología por la organización, para aportar valor sostenible.	0
6.1.7) La entrega y servicio post-venta de los diferentes canales.	5
6.1.8) La eficacia y eficiencia de los canales de comunicación utilizados.	0
TOTAL DE PUNTOS	5

En el subcriterio 6.2 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
--	---

Subcriterio) Resultados de percepción de personas	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS

	LOGRADOS
6.2.1) La cultura de la organización.	0
6.2.1) Su experiencia trabajando en la organización, incluyendo cómo se gestiona el cambio.	0
6.2.3) El compromiso y los logros de la organización en cuanto a paridad y equilibrio de género, diversidad e inclusión.	0
6.2.4) La forma en que la organización se está adaptando a futuros modelos de trabajo como, por ejemplo, la coexistencia de personas trabajando con robots, el uso de la inteligencia artificial y realidad virtual aumentada	0
6.2.5) El apoyo de la organización a la conciliación entre el trabajo y la vida familiar.	0
6.2.6) Apoyo prestado a las personas, empoderamiento, reconocimiento y desarrollo profesional.	0
6.2.7) El ambiente de trabajo, la remuneración y los beneficios.	0
6.2.8) La gestión y mejora del desempeño de las personas.	0
6.2.9) La reputación de la organización, incluyendo su papel de líder en su ecosistema.	0
6.2.10) La comunicación interna.	0
6.2.11) La atracción y retención del talento.	0
6.2.12) Cómo se ejecuta la estrategia de la organización, la contribución de las personas a dicha ejecución y su grado de confianza en el futuro de la organización.	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 6.3 utilice el siguiente

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4 puntos logrados)
--	---

Subcriterio) Resultados de percepción de inversores y reguladores	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6.3.1) La gestión financiera, la seguridad y la sostenibilidad de la organización.	0
6.3.2) La estructura de gobierno, transparencia, responsabilidad y comportamiento ético.	0
6.3.3) La responsabilidad social y ambiental.	0
6.3.4) La gestión de riesgos y cumplimiento normativo (compliance).	0
6.3.5) La marca y reputación de la organización.	0
6.3.6) Los productos, servicios y soluciones ofertadas y a la aplicación de la innovación en los procesos, productos, servicios y soluciones.	0
6.3.7) La capacidad de la organización de anticiparse al futuro, detectar megatendencias y afrontarlas con éxito.	0
6.3.8) La experiencia general en el trato con la organización.	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 6.4 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	5 (Evidencia presente, 5 puntos logrados)
---	--

Subcriterio) Resultados de percepción de la sociedad	40 pts.
---	---------

EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6.4.1) La capacidad de la organización para satisfacer las expectativas de su comunidad.	0
6.4.2) El impacto que la gobernanza de la organización y su nivel de transparencia y comportamiento ético tienen sobre la comunidad.	0
6.4.3) El impacto que las operaciones de la organización tienen sobre la comunidad.	0
6.4.4) La sostenibilidad de las contribuciones de la organización a la comunidad por sus prácticas económicas, sociales y ambientales.	0
6.4.5) El compromiso de la organización para avanzar hacia la economía circular.	0
6.4.6) El compromiso y logros de la organización en reducir la desigualdad, en incrementar la diversidad e inclusión y en alcanzar el equilibrio de género.	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 6.5 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4.44 puntos logrados)
---	---

Subcriterio) Resultados de percepción de partners y proveedores	40 pts.
--	---------

EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
6.5.1) La experiencia en el trato con la organización.	0
6.5.2) El compromiso y los logros de la organización en cuanto a co-creación y el trabajo para el beneficio mutuo.	0
6.5.3) El grado de implantación de nuevas tecnologías y cambios.	4
6.5.4) El compromiso social de la organización.	0
6.5.5) El compromiso y logros alcanzados en el avance hacia la economía circular.	0
6.5.6) La gestión y mejora del rendimiento de los partners y proveedores claves.	0
6.5.7) La comunicación y gestión de las relaciones con la organización.	0
6.5.8) La estructura de gobierno, transparencia y ética de la organización y sus prácticas.	0
6.5.9) La sostenibilidad de la relación entre la organización y sus partners y proveedores claves."	0
TOTAL DE PUNTOS	4

BLOQUE 7 RENDIMIENTO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO (200 PTS)

Este criterio se centra en los resultados ligados al rendimiento de la organización en cuanto a: La capacidad de alcanzar su propósito, ejecutar su estrategia y crear valor sostenible. Su preparación (estado de forma) para afrontar el futuro.

En el subcriterio 7.1 utilice el siguiente

Subcriterio) Logro alcanzados en la consecución del propósito , la estrategia y la creación de valor sostenible	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	20 (Evidencia presente, 20 puntos logrados)
7.1.1 Consecución de objetivos estratégicos clave y de indicadores clave de rendimiento.	20
7.1.2 Consecución de los objetivos de transformación.Cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés clave	20
TOTAL DE PUNTOS	40

En el subcriterio 7.2 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4.44 puntos logrados)
---	---

Subcriterio) Cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés clave	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7.2.1 Indicadores de entrega de productos y servicios.	0
7.2.2 Servicio al cliente.	0
7.2.3 Gestión de reclamaciones.	4
7.2.4 Cuota de mercado.	0
7.2.5 Formación y desarrollo profesional.	0
7.2.6 Gestión y evaluación del desempeño de las personas.	0
7.2.7 Actividades medioambientales y sociales.	0
7.2.8 Rendimiento en materia de salud y seguridad.	0
7.2.9 Rendimiento de los partners y proveedores	0
TOTAL DE PUNTOS	4

En el subcriterio 7.3 utilice el siguiente:

0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	4 (Evidencia presente, 4.44 puntos logrados)
---	---

Subcriterio) Rendimiento económico y financiero	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7.3.1 Ingresos.	0
7.3.2 Beneficios	0
7.3.3 flujo de caja.	4
7.3.4 Rotación de existencias/inventario.	0
7.3.5 Beneficios antes de interés, impuestos, depreciación y amortización(EBITDA).	0
7.3.6 Inversiones/ retorno de la inversión.	0
7.3.7 Coste de proyectos.	0
7.3.8 Cumplimiento del presupuesto.	0
7.3.9 Eficiencia en el uso de los recursos financieros.	0
TOTAL DE PUNTOS	4

En el subcriterio 7.4 utilice el siguiente:

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

Subcriterio) Logro en la gestión del funcionamiento y la transformación	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7.4.1 Indicadores de funcionamiento.	0
7.4.2 Indicadores de procesos clave(eficacia, eficiencia).	0
7.4.3 Resultados de la gestión del cambio.	0
7.4.4 Logros en materias de innovación.	0
TOTAL DE PUNTOS	0

En el subcriterio 7.5 utilice el siguiente:

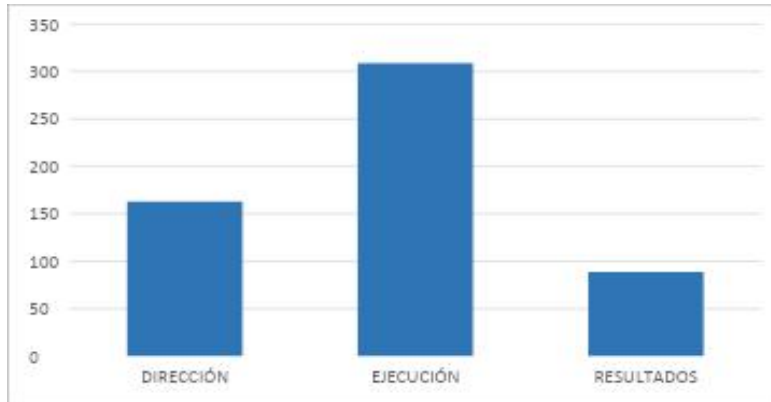
0 (Evidencia ausente, 0 puntos logrados)	10 (Evidencia presente, 10 puntos logrados)
---	--

Subcriterio) Logro en la gestión del funcionamiento y la transformación	40 pts.
EVIDENCIA DE SU IMPLEMENTACIÓN	PUNTOS LOGRADOS
7.5.1 Análisis de patrones de rendimiento y conjuntos de datos	10
7.5.2 Proyecciones a partir de de los resultados existentes.	10
7.5.3 Dinámicas de los indicadores directos e indirectos (de arrastre)	10
7.5.4 Previsiones futuras.	10
TOTAL DE PUNTOS	40

RESULTADO DE EL MODELO EFQM.

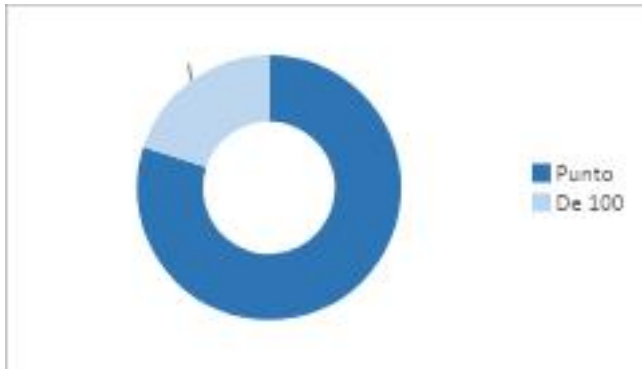
El cuestionario de autoevaluación fue realizado por estudiantes del curso de especialización fundamentos de marketing gestión y evaluación de calidad en el deporte , los cuales recibieron una inducción sobre el modelo, los propósitos que se

persiguen y la metodología de su implementación, este se hizo con la ayuda directivos de COPESA y a continuación, se presentan los resultados.



Los criterios Dirección alcanzaron 163 de 200 puntos posibles, lo que representa un 80% de los puntos posibles y esto mismo representa un 16% de logro. En contraste, los criterios de ejecución alcanzaron 309 de 400 puntos posibles, lo que representa un 77.25% de los puntos posibles en este bloque, lo que significa un 30.9% de logro total. Los criterios de resultado alcanzaron 89 de 400 puntos posibles, lo que representa 22.25% y representa un 8.9% de puntos totales, Sumando los tres sectores, se obtiene un puntaje global de 561 puntos de 1,000 posibles dando un 56.1% de calificación.

CRITERIO 1 PROPÓSITO, VISIÓN Y ESTRATEGIA

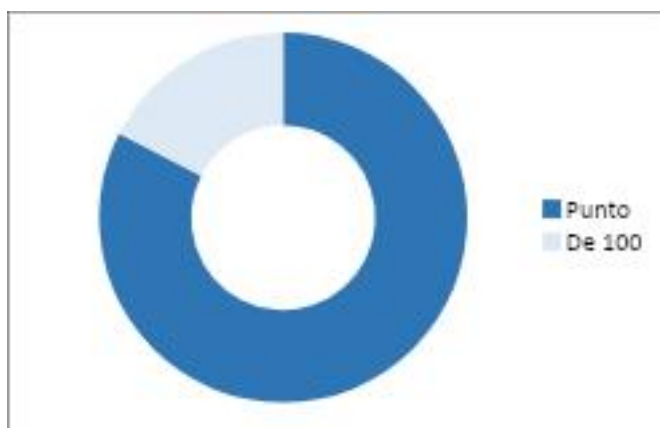


El criterio de percepción de los grupos de interés otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA. obtuvo 80 de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios.

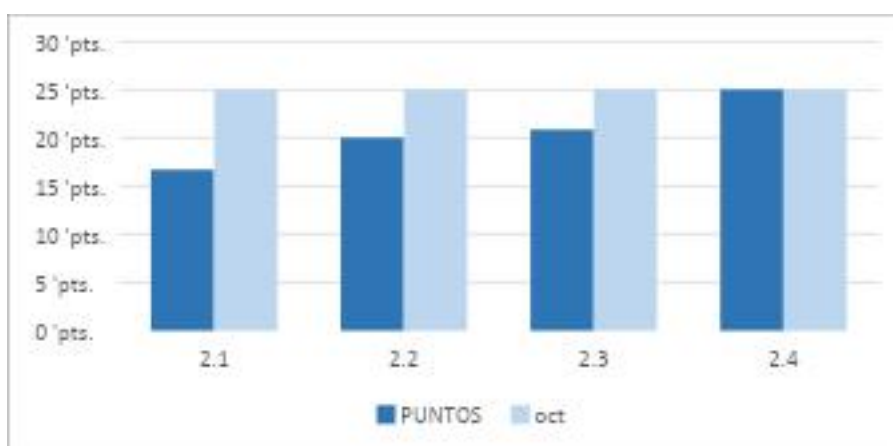


De los 100 puntos que otorga el criterio de percepción de los grupos de interés estos están distribuidos en 5 subcriterios que puntuación de 0 a 20 respectivamente. En el subcriterio 1.1 se logró 20 pts., En el 1.2 fue de 12 pts., En el 1.3 fue de 12 pts., 1.4 fue de 16 pts., En el 1.5 fue de 20 pts.

CRITERIO 2 CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

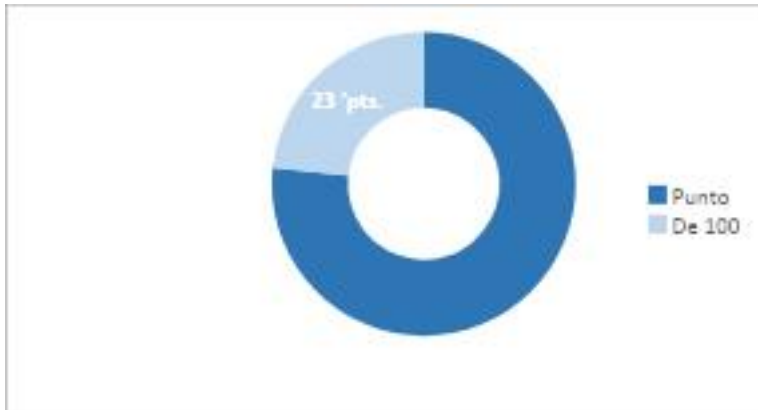


De los 100 puntos que otorga el criterio de cultura de la organización y liderazgo otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA, obtuvo 83 de 100 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios tomados en cuenta.

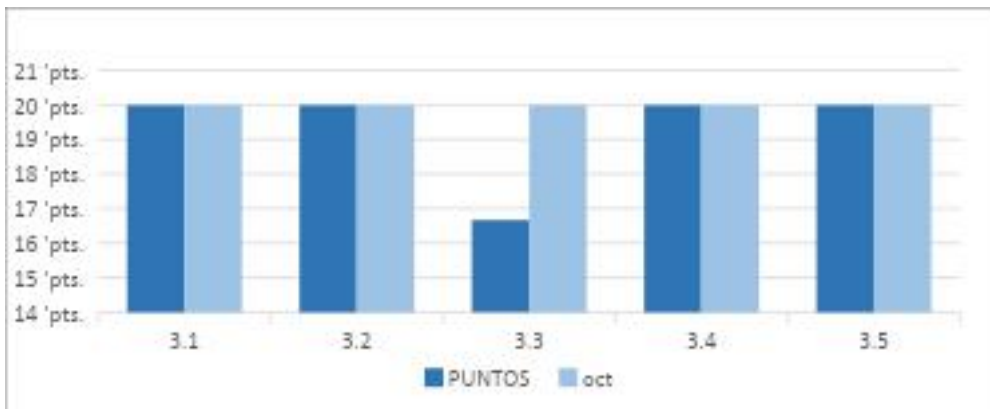


De los 100 puntos que otorga el criterio de percepción de los grupos de interés estos están distribuidos en 5 subcriterios que puntúan de 0 a 25 respectivamente. En el subcriterio 1.1 se logró 15 pts., En el 1.2 fue de 20 pts., En el 1.3 fue de 20 pts., 1.4 fue de 25 pts.

CRITERIO 3 IMPLICAR A LOS GRUPOS DE INTERES



En este criterio podemos observar que la percepción de aplicar grupos de interés otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador 77 puntos de 100 .

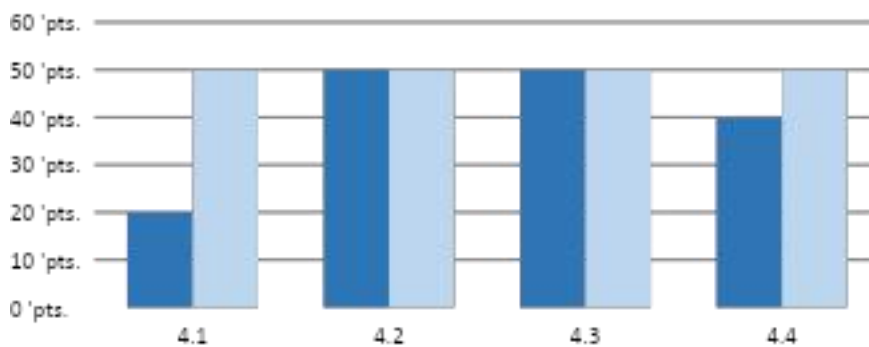


De los 100 puntos que otorga el criterio de aplicar grupos de interés estos se dividieron en 5 subcriterios obteniendo cada subcriterio un total de 20 puntos.

CRITERIO 4 CREAR VALOR SOSTENIBLE

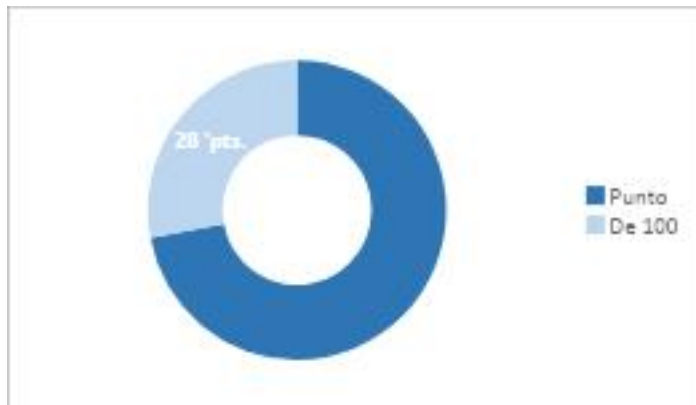


El criterio Crear valor sostenible otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA , obtuvo 160 pts de 200 , en base a la sumatoria de los subcriterios, representando así un 80 % de logro en este criterio



De los 200 puntos que otorga el criterio: crear valor sostenible se distribuyen de la siguiente manera ,existen 4 subcriterios los cuales dividen una puntuación de 0 a 50 puntos respectivamente. En el 4.1 fue de 20 pts.,En el 4.2 se logró obtener 50 pts.,En el 4.3 se logró 50 pts., En el 4.4 se logró 40 pts.

CRITERIO 5 GESTIONAR EL FUNCIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN

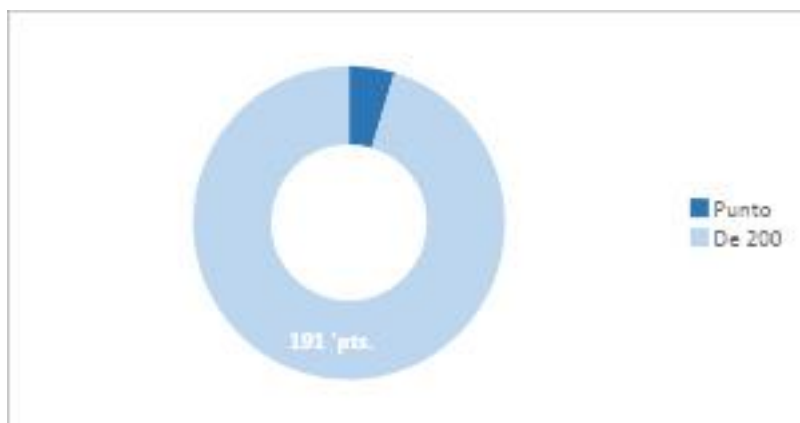


El criterio Gestionar el Funcionamiento y transformación otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA.,obtuvo 72 pts de 200 , en base a la sumatoria de los subcriterios ,representando así un 72 % de logro en este criterio .

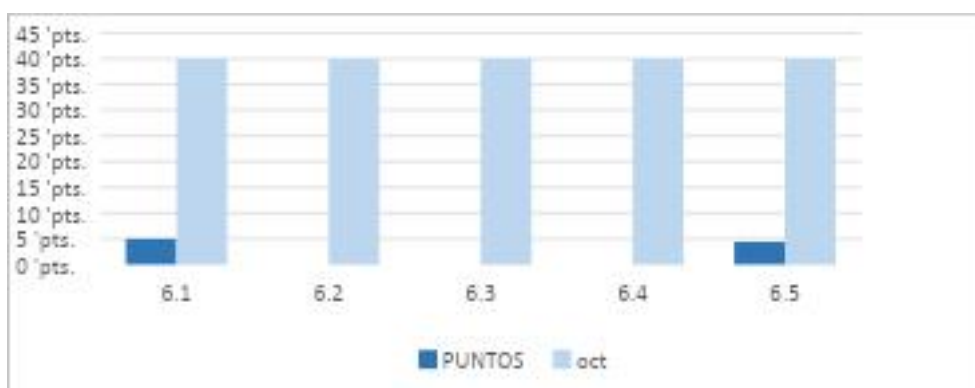


De los 100 puntos que otorga el criterio: Gestionar el Funcionamiento y transformación se distribuyen de la siguiente manera ,existen 5 subcriterios los cuales dividen una puntuación de 0 a 20 puntos respectivamente. En el 5.1 fue de 20 pts.,En el 5.2 se logró obtener 16 pts.,En el 5.3 se logró 8 puntos., En el 5.4 se logró 20 pts.,En el 5.5 se logró 8 pts.

CRITERIO 6 PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES

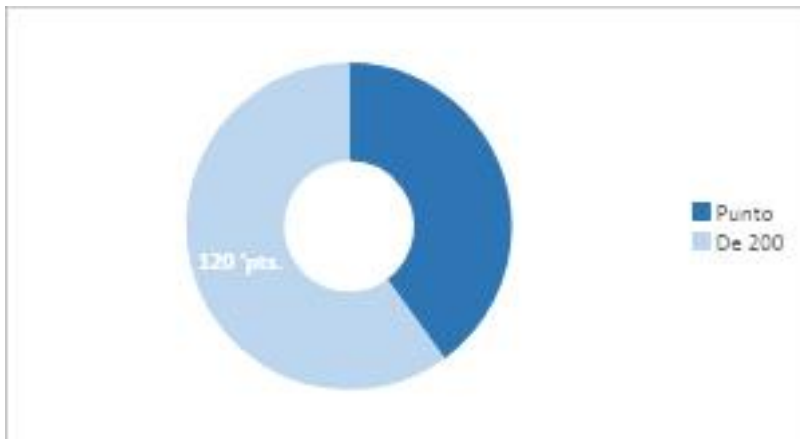


El criterio de percepción de los grupos de interés otorga una puntuación al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA. obtuvo 9 de 200 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un 24% de logro en el criterio.



De los 200 puntos que otorga el criterio de percepción de los grupos de interés estos están distribuidos en 5 subcriterios que puntuación de 0 a 40 respectivamente. En el subcriterio 6.1 se logró 5 pts., En el 6.2 fue de 0 pts., En el 6.3 fue de 0 pts., 6.4 fue de 0 pts., En el 6.5 fue de 4 pts.

CRITERIO 7 RENDIMIENTO ESTRATEGICO Y OPERATIVO



El criterio de Rendimiento estratégico y operativo otorga una puntuación de 200 al Comité Paralímpico de El Salvador COPESA. obtuvo 80 de 200 puntos en base a la sumatoria de los subcriterios, lo que representa un 40% de logro en el criterio.



De los 200 puntos que otorga el criterio de Rendimiento estratégico y operativo estos están distribuidos en 5 subcriterios que puntúan de 0 a 40 respectivamente. En el subcriterio 7.1 se logró 20 pts., En el 7.2 fue de 0 pts., En el 7.3 fue de 0 pts., 7.4 fue de 0 pts., En el 7.5 fue de 20 pts.

CONCLUSIONES.

- El puntaje global en el cuestionario de autoevaluación implementado en el Comité Paralímpico de El Salvador bajo el modelo EFQM 2020 es de 561.0 puntos de 1,000 puntos posibles, este puntaje presenta un 56.1%.
- Los criterios Dirección, se logró un puntaje de 163 de puntos posibles de 200 puntos , presentando un 80% de logro
- Los criterios Ejecución se logró un puntaje de 309,0 puntos posibles de 400 puntos , presentando un 77.25%% de logro
- Con los criterios de Resultados se logró un puntaje de 37,0 puntos posibles de 200 puntos presentando un 22.25% de logro.

RECOMENDACIONES

Fortalecer los criterios de resultado: A pesar de haber obtenido una puntuación aceptable en los criterios de dirección y ejecución, el área de resultados presenta un margen significativo de mejora. Esto sugiere que aunque se están estableciendo buenas prácticas y estrategias, los resultados tangibles en términos de impacto en los atletas, eventos y la comunidad paralímpica aún no son los esperados.

Optimizar los procesos de ejecución: Si bien se ha obtenido una buena puntuación en este criterio, siempre hay espacio para mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos internos.

Fomentar la participación de los empleados: Involucrar a los empleados en la identificación y resolución de problemas, así como en la mejora de los procesos.

Reforzar la cultura de liderazgo y mejora continua: Un liderazgo sólido y una cultura organizacional orientada hacia la mejora continua son fundamentales para alcanzar la excelencia.

MÓDULO 3

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION ESPECIALIDAD

EDUCACION FÍSICA DEPORTE Y RECREACION

DOCENTE:

[Jose Wilfredo Sibrian Galvez](#)

INTEGRANTES:

Jaime Eduardo Ortiz Ramos	OR15020
Oscar Saul Rivera Diaz	RD16002
Sonia Judith Rivera Flores	RF16015
Wendy Yamileth Guzman Panameño	GP16027
Marco Alberto Lopez Diaz	LD12006

Ciudad universitaria 25 de Octubre de 2024

3.1 RESEÑA HISTÓRICA

Comité Paralímpico de El Salvador (COPESA) es la organización deportiva encargada de organizar las actividades de la Paralímpica en El Salvador, y lo representa ante el Comité Paralímpico Internacional (IPC) desde 1984. Su sede se encuentra en San Salvador, El Salvador.

En 1984 durante la gestión del presidente de La República Ing. José Napoleón Duarte Fuertes, participó en los Juegos Mundiales de 1984 en Stokes Mandeville. La idea en ese entonces era conocer sobre el deporte para personas con discapacidades físicas. Ese mismo año se inició el trabajo para legalizar la Federación, pero debido al desinterés de las autoridades no se logró el proceso. Bajo la presidencia del Lic. Alfredo Félix Cristiani Burkard y el presidente de INDES, José Antonio Guandique, en 1994 se tuvieron una serie de reuniones donde estuvo presente Manuel Alvarenga y Jorge Ochoa, se obtuvo el marco legal de la Asociación Salvadoreña del Deporte sobre Sillas de Ruedas (ASADESIR).

Se realizan los Primeros Juegos Para Panamericanos en México D.F. de 1999 y El Salvador participa a través de una carta de invitación hecha a ASADESIR, como la única asociación legal ante INDES. La convocatoria también fue enviada al INDES, pero éste no envió un representante. El Comité Paralímpico Internacional (IPC, por sus siglas en inglés), solicitó esta participación. En este evento El Salvador consiguió la primera medalla de oro y dos de plata mediante la atleta Claudia Palacios, quien actualmente es parte de la selección de Estados Unidos. En este evento y acompañado por el Doctor Pedro Banchón, se recibe el documento para integrarse al IPC, a lo cual las autoridades no le hacen caso por no haber participado una persona de INDES. Jorge Ochoa realiza una crítica constructiva al Presidente de la República Francisco Flores y al presidente de INDES Ing. Enrique Molins, lo cual es malinterpretado y no es bien visto.

En los Juegos Paralímpicos de Australia del año 2000, Claudia Palacios obtiene un 6 lugar en la semifinal, no clasificando a la final. En el 2001 y 2002 se sostienen reuniones con las Asociaciones Deportivas de Ciegos y Amputados en el Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad, (CONAIPD), para recomendarles que hagan sus gestiones de legalización. Para los Juegos Paralímpicos de Atenas de 2004 invitan a El Salvador y nos brindan dos Wild Cards para atletismo. En la Asamblea General de la IPC, de nuevo dan la recomendación de hacer incidencia en el ente rector del deporte salvadoreño, es decir al Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES), para que adquiriera el compromiso de respaldo y legalizar a las Asociaciones Deportivas existentes.

Actualmente, hay tres asociaciones que forman parte del Comité Paralímpico de El Salvador: Asociación Salvadoreña Deportiva de Ciegos (ASADEPCI); Asociación Salvadoreña del Deporte Sobre Silla de Ruedas (ASADESIR); y Asociación Salvadoreña de Fútbol de Amputados (ASFSA). Y en proceso de ser legalizadas: la Asociación Salvadoreña de Sordos; la Asociación de Intelectuales y la Asociación de Parálisis Cerebral

3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN

Reconocimiento extra a nivel nacional e internacional con su marca y productos que brindan a la población salvadoreña..

Mediante la elaboración este plan se pretende mejorar la calidad y puntuación del Comité Paralímpico de El Salvador, generando también la optimización de recursos con los que se dispone a través de la buena gestión y administración al momento de utilizarlos tomando en cuenta todo el nuevo apoyo que las diferentes empresas puedan brindar en beneficio de ambas partes.

El Comité Paralímpico de El Salvador está en disposición de aportarles a las diferentes empresas dispuestas a patrocinar, espacios donde su marca tenga visibilidad hacia el público y de manera en general en todos los eventos que se desarrollaran, todos estos se describen a continuación: podio de premiación, mesas de honor, menciones y agradecimientos en publicaciones en las diferentes redes sociales que posee el Comité Paralímpico de El Salvador

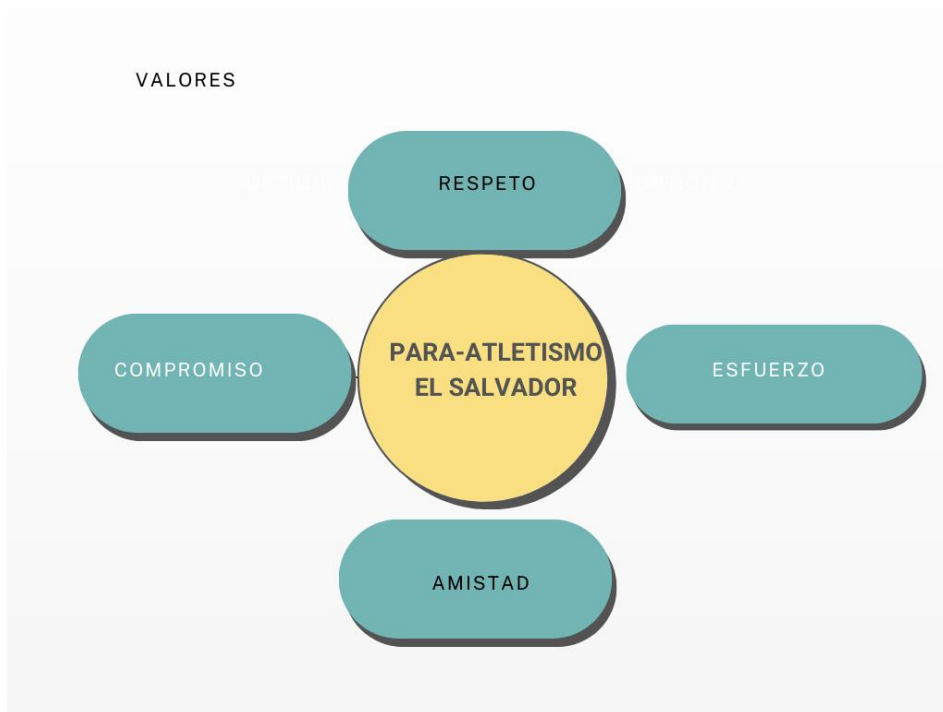
3.2 MISIÓN VISIÓN Y VALORES

Misión

Liderar el Movimiento Paralímpico, supervisar la realización de los Juegos Paralímpicos y apoyar a sus miembros para facilitar que los Para atletas alcancen la excelencia deportiva

Visión

Crear un mundo inclusivo a través del para-deporte, fomentar y desarrollar este deporte en todas sus modalidades y categorías.



Patrocinio

3.3 ÁREAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN.

GESTION DE COOPERACION :

1. Apoyo y cooperación con el Instituto Salvadoreño de Rehabilitación Integral.(ISRI)
2. Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES)
3. Universidad DE EI SALVADOR
4. Estudiantes de la carrera de Licenciatura en educación física deporte y recreación

DEPORTE Y EMPRESA PRIVADA:

1. Patrocinio de bebidas rehidratantes (Electrolit, Gatorade) para atletas
2. Camisetas Maca (camisetas de presentación, Camisetas de entrenamiento, Camisas para competir)
3. Zapatos deportivos Nike (Spikes)
4. Participación en eventos internacionales oficiales.

EVENTOS INTERNACIONALES Y NACIONALES:

1. Juegos Nacionales a realizarse en el país, El Salvador del 25 al 28 de octubre de 2024.
2. Como principales eventos para dicho patrocinio, juegos CODICADER a realizarse en Panamá del 12 al 17 de noviembre del mismo año.

DESARROLLO COMUNITARIO Y DEPORTIVO:

1. Promoción a través de medios de comunicación y redes sociales.
2. Regalías de producto a personas que se hagan presentes a eventos nacionales.
3. Cuenta con el apoyo de la Universidad de El Salvador y la Licenciatura en educación física, deporte y recreación.
4. Voluntariado para realizar entrenamientos y talleres deportivos por estudiantes de Licenciatura en Educación Física de la UES.
5. Utilizar la pista del complejo deportivo de la UES para realizar los entrenamientos.
6. Ofrecer apoyo del INDES por medio del proyecto Esfuerzo y Gloria para atletas sobresalientes a dichos eventos internacionales.
7. Coordinación con el INDES para patrocinio de charlas motivadoras, viáticos y, transporte.

4.4 DEFINICIÓN DE PATROCINIO DEPORTIVO Y PRINCIPALES ELEMENTOS:

Alianza estratégica que existe una marca o empresa y una entidad

deportiva, buscando así generar beneficios mutuos en la búsqueda de una presencia de marca impactante y una conexión emocional con el público, en ella está implícita una cuidadosa planificación y ejecución.

Ya sea para un equipo o un atleta en sí en sus temporadas competitivas o eventos nacionales e internacionales.

Se realiza un contrato de patrocinio deportivo en el cual se establece términos y condiciones entre patrocinador y entidad patrocinada ,fijándose una fecha la cual se mantendrá el patrocinio así como el uso de logotipo en materiales promocionales y la inclusión de la marca patrocinadora en determinadas actividades ,el patrocinio

deportivo es una herramienta poderosa que ,cuando se gestiona adecuadamente ,puede promocionar ventajas significativas tanto para las marcas como para las entidades deportivas .

La complejidad de estos acuerdos a menudo reside en los detalles ,como la exclusividad ,la duración del contrato y sus condiciones que pueden determinar el éxito o el fracaso de la colaboración. En este caso se pretende solicitar con un patrocinio y la colaboración de empresas .tales como Galaxia y Maka para obtener un beneficio en términos de distinción para atletas paralímpicos de COPESA ,COMITÉ PARALÍMPICO DE EL SALVADOR y así poder participar en eventos internacional como los juegos CODICADER a realizarse en Panamá del 12 al 17 de Noviembre de 2024 y así poder contar con camisetas para presentaciones y entrenamientos de dichos atletas ,esto ayudará así a aumentar la visibilidad de COPESA y atraer la atención de entidades internacionales así mismo la exclusividad de patrocinadores en el desarrollo del evento fortaleciendo ambas entidades y al desarrollo y crecimiento del deporte adaptado de El Salvador.

3.4 PRINCIPALES FORMATOS UTILIZADOS EN EL PATROCINIO DEPORTIVO

El formato utilizado será el **patrocinio de eventos**, donde nuestros patrocinadores brindan camisetas a los atletas con la marca llegando a un acuerdo mutuo de todo el evento a realizarse del 12 a 17 de noviembre en Panamá ,nos facilitarán bebidas hidratantes para todo los participantes.

Patrocinio de eventos : La empresa patrocina eventos deportivos ,como torneos y competiciones el patrocinio de evento ofrece una alta visibilidad debido a la exposición mediática y a la participación de espectadores ,tanto en vivo como a través de transmisiones.

Apoyado con la colaboración y el financiamiento de las empresas Galaxia y Maka con camisetas para distintivos de atletas y la exclusividad de sus marcas en eventos internacionales, fortaleciendo así ambas entidades como la inclusión de atletas participando en los juegos CODICADER y tener más visibilidad a nivel mundial.

La exclusividad de dichas marcas estará implícita en todo el trayecto de dicho evento de su inicio a fin apoyando al deporte paralímpico.

3.5 ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA PATROCINIO DEPORTIVO

La alianza con COPESA representa una oportunidad única para unir fuerzas en torno a valores compartidos como la inclusión, la superación y el deporte. Al combinar los recursos y la experiencia de ambas organizaciones, se puede generar un impacto positivo significativo en la sociedad salvadoreña y fortalecer la imagen de marca de ambas entidades. Al apoyar a los atletas paralímpicos, se envía un mensaje claro de inclusión y equidad, inspirando a personas con discapacidad y a la sociedad en general.

Se contribuye al crecimiento y desarrollo del deporte adaptado en El Salvador, brindando oportunidades a más atletas y fomentando una cultura deportiva más inclusiva.

Ambas organizaciones se asocian con valores como la superación, el esfuerzo y la perseverancia, lo que fortalece su reputación y atrae a un público más comprometido.

3.6 GESTIÓN DEL PLAN DE LA FEDERACIÓN

	Nacional	Internacional
Gestión	Mantener una relación estrecha con el INDES: Participar activamente en las reuniones de coordinación del INDES, presentar informes periódicos sobre los avances y desafíos del COPESA, y solicitar los recursos necesarios para el desarrollo de los programas deportivos	Mantener una estrecha coordinación con el Comité Paralímpico Internacional (CPI): Participar en las reuniones y eventos organizados por el CPI, solicitar asesoramiento técnico y financiero, y mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y regulaciones del deporte paralímpico.
	fortalecer los lazos con el Comité Olímpico de El Salvador (COE): Colaborar en proyectos conjuntos, intercambiar conocimientos y experiencias, y buscar sinergias para el desarrollo del deporte en general.	Establecer relaciones con otros Comités Paralímpicos de la región: Participar en eventos regionales y continentales, intercambiar experiencias con otros países, y explorar oportunidades de cooperación.
Patrocinio	Organizar eventos para dar a conocer el deporte paralímpico: Realizar jornadas deportivas, clínicas y exhibiciones para acercar el deporte paralímpico a la población y generar interés en los patrocinadores.	Participar en eventos internacionales: Enviar atletas a competencias internacionales para aumentar la visibilidad del COPESA y atraer el interés de patrocinadores a nivel mundial.
	Identificar potenciales patrocinadores: Realizar un mapeo de empresas y organizaciones que compartan los valores del COPESA y que puedan estar interesadas en apoyar el deporte paralímpico.	Solicitar patrocinios para eventos internacionales: Buscar financiamiento para la participación de los atletas salvadoreños en Juegos Paralímpicos, Campeonatos Mundiales y otras competencias internacionales.

3.7 POSIBLES EMPRESAS O MARCAS CON LAS QUE SE GESTIONARÍA PATROCINIO

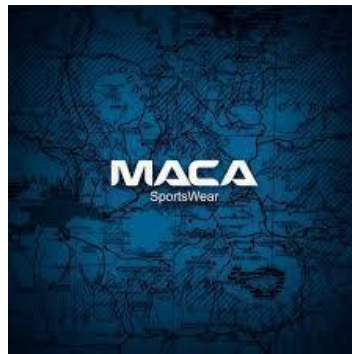
HIDRATACIÓN:



Hidratante y energizante



Vestimenta y material deportivo



Alimentos y bebida



3.8 DAFO DEL PLAN EN INSTITUCIÓN

D-F	ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS POSITIVOS
-----	--------------------	--------------------

FACTORES INTERNOS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	Falta de instalaciones para los atletas	La buena comunicación de parte de los entrenados con los padres de familia.
	Falta de actualización para los entrenadores deportivos	
	Personales administrativos no capacitado	El respeto que tiene para los atletas
	Falta de fondo o becas para los atletas	Remodelación de un par de sedes deportivas
	Planificación incompleta	Implementación de becas para los atletas
	Falta de entusiasmo de los atletas	Mantenimiento de los sitios Web para dar a conocer los logros obtenidos en cada evento deportivo.
	Poco presupuesto para el apoyo de los atletas para los eventos nacionales internacionales	Buena comunicación con los medios de comunicación para brindar cobertura de los eventos mas importantes
	Pocos patrocinadores para los encuentros deportivos	Capacitación de las nuevas tendencias deportivas
	Falta de implemento deportivo para los entrenos de los atletas	Capacitación para el uso de los nuevos implementos tecnológicos para el desarrollo del deporte
	Poca participación de los padres de familia en el desarrollo del aprendizaje de los atletas	Buena administración
	Falta de cuerpo medico	Junta directiva unida
	Mejor desarrollo web por parte de la institución	La fortaleza de los atletas en las competencias
	Masificar la información en los medios deportivos para tener más apoyo a los atletas	El aporte presupuestario por parte del INDES
	Copa comprensión de parte de la entidad	Instalaciones modernas
	Crear sedes en los departamentos para tener más participación de parte la población y descubrir nuevos talentos	Transporte para las aletas
Pocos entrenadores	Patrocinadores para los eventos	
Más seguimiento por parte de federación para que los atletas se mantengan.	Cooperación de Solidaridad Olímpica, para participar en campamentos de preparación, capacitaciones, eventos, etc.	

A-O	ASPECTOS NEGATIVOS	ASPECTOS POSITIVOS
F	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
A	La falta de aprobación de los eventos deportivos	Forcas presupuestario
C		
T	Ahorro de presupuesto	Mayor participación del INDES en los eventos deportivos
O		

R E S E X T E R N O S	Problema económico	Mas aportes económicos para el desarrollo deportivo
	Desigualdad de la sociedad	Masificación de todos deportes a nivel nacional
	problemas en el entorno familiar	Incentivar a los atletas a participar en los juegos estudiantiles a nivel nacional
	Noticias malintencionadas	Apoyo a la recreación y los deporte
	Traslado de domicilio	Patrocinadores para los eventos deportivos
	Las dificultades del entorno	La búsqueda nuevos fondos para el funcionamiento de los deportes
	Mala manipulación de las finanzas para los eventos	Mantener la gestión de becas para atletas a nivel nacional e internacional en áreas académicas y/o laborales
	Reducir al presupuesto	Capacitación para los gestores deportivos
	Falta de inclusión	Convenios de cooperación con el INDES
		Implementación de los equipos tecnología para el buen desarrollo a nivel nacional
	Alianza con los medios informativos	
	Impulsar más los eventos a participar para tener un mejor apoyo de la afición	
	Apoyo extranjero	

3.9 RAZONES Y ARGUMENTOS PARA PATROCINAR O QUE NOS PATROCINEN EVENTOS DEPORTIVOS U OTROS

Con patrocinio nos referimos a aquella acción BTL que busca maximizar la presencia de una marca en eventos específicos, hacer que el público objetivo la recuerde y vincule fácilmente con la actividad que se lleva a cabo, y además brindar la oportunidad de realizar desarrollar otras estrategias de marketing que maximicen dicha presencia. Apoyamos a nuestros patrocinadores brindándoles soportes en

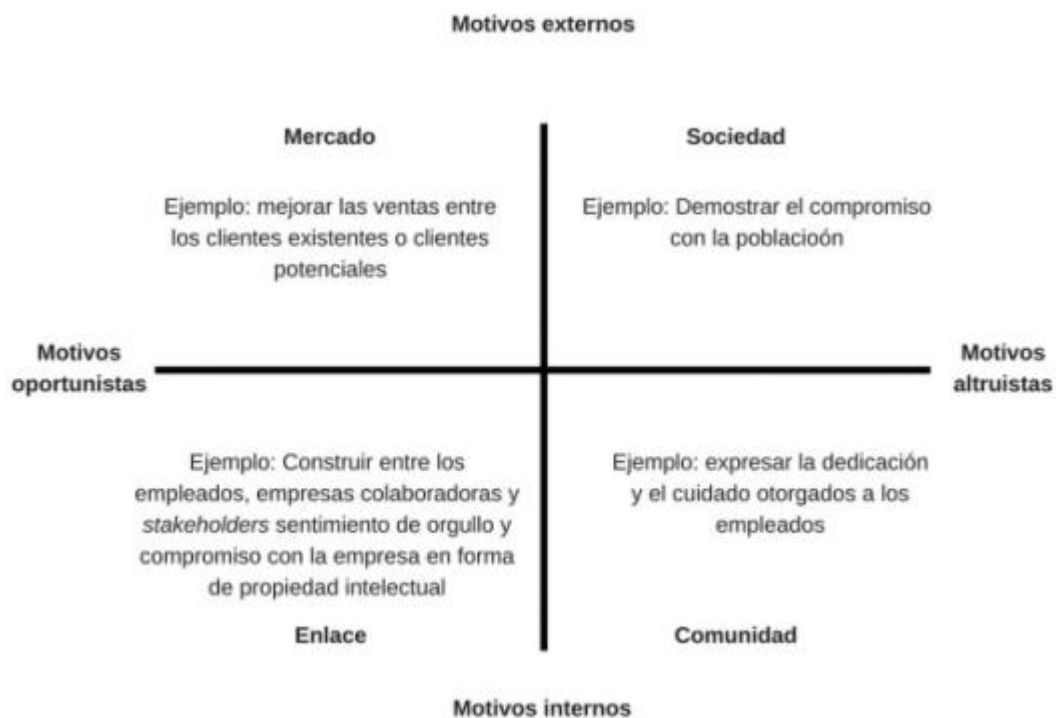
prensa y redes sociales para aumentar la efectividad de las campañas y poder llegar a un público objetivo más extenso

- 1- Aumenta el conocimiento del evento por medio del patrocinio.
- 2- Patrocinar un evento puede ser una buena oportunidad para ampliar el mercado en cuanto se refiere a clientes potenciales.
- 3- Patrocinar un evento es una buena solución también por lanzar nuevos productos relacionados con el evento que patrocinas.
- 4- Mejorar la imagen del mercado.
- 5- la visibilidad que te puede ofrecer.
- 6- Es una solución perfecta para marcas más jóvenes que necesitan un empujón para darse a conocer de forma rápida a un nuevo público y ampliar su lista de clientes potenciales.

El porqué del patrocinio para un evento puede requerir una inversión económica inicial (o de materiales y servicios), puedes generar un verdadero retorno de la inversión para tu negocio. Como ya hemos mencionado, esto puede incluir una mayor visibilidad, retención de clientes y mayores oportunidades de ventas y contactos. Para maximizar el ROI, es importante su apoyo para que el evento sea un éxito que se alineen con tus objetivos comerciales y público

Para que. Esta es la forma tradicional de patrocinio, cuando una empresa (el patrocinador) financia un evento o participa económicamente en su organización. El nivel de visibilidad del patrocinador dependerá del presupuesto otorgado al evento en cuestión. Uno de los beneficios clave del patrocinio de eventos es la mayor exposición que recibe tu empresa ante un público objetivo específico. Como patrocinador, tu negocio tendrá una gran exposición frente a los asistentes al evento

(clientes potenciales o actuales), a los medios que cubren el evento y a la comunidad local. Más visibilidad generalmente se traduce en una mayor demanda de posibles clientes potenciales. También te permite vincular el nombre de tu empresa a un evento específico, como una asociación, duración del patrocinio del 12 de noviembre al 17 del mismo mes 2024.



Podemos observar que los motivos permiten dar el punto de vista de diferentes opciones el alcance que tiene las empresas a ejercer el patrocinio en todos los ámbitos obtiene mucho beneficio de la experiencia de su marca que resuenan en los aficionados es una herramienta para conectar emociones con el público.

4.10 PATROCINIO SEGÚN TIEMPO

El campeonato es un evento deportivo conformado por los para atletas en sus diferentes categorías, con el objetivo de sacar los mejores resultados y ellos sean la representación de nuestro país en las diferentes competiciones internacionales.

4.12 VENTAJAS PARA LOS PATROCINADORES.

- Mayor visibilidad de su marca en los diferentes eventos.
- Que llegue a más público, de diferentes edades,
- Dar a conocer su marca a través de los diferentes medios de comunicación.
- Crear conciencia entre el público que apoyan el deporte nacional
- Incorporar su marca a nuevos talentos.

4.13 MARCO LEGAL DEL PATROCINIO

COMITÉ OLÍMPICO DE EL SALVADOR Y COMITÉ PARALÍMPICO DE EL SALVADOR

Reconocimiento del Comité Olímpico de El Salvador

Art. 32.- Se reconoce al Comité Olímpico de El Salvador, como la máxima autoridad en todos los asuntos y aspectos que competen al movimiento olímpico en El Salvador, siendo una entidad de utilidad pública, completamente autónoma e independiente, alejada de toda influencia política, racial, religiosa o económica, constituida como una asociación civil sin fines de lucro, de duración indefinida, con su propia personalidad jurídica, sus propios estatutos y reglamentos, en correspondencia con los principios y normas de la Carta Olímpica, del Código Mundial de Antidopaje y de las disposiciones del Comité Olímpico Internacional. Para el ejercicio de sus funciones, corresponde al Comité Olímpico la representación exclusiva de El Salvador ante los juegos oficializados por el Comité Olímpico Internacional.

Reconocimiento del Comité Paralímpico de El Salvador

Art. 33.- Se reconoce al Comité Paralímpico de El Salvador, como una asociación de utilidad pública, con personalidad jurídica propia, sin fines de lucro y con autonomía propia alejada de toda influencia política, racial, religiosa o económica. El Comité Paralímpico de El Salvador se rige por sus propios estatutos, por la presente Ley, y por la Carta Paralímpica. Para el ejercicio de sus funciones, corresponde a dicho Comité, la representación exclusiva del país ante los juegos oficializados por el Comité Paralímpico Internacional.

Reconocimiento de Personalidad Jurídica de las Federaciones y Asociaciones Deportivas

Art. 51.- Todas las federaciones y asociaciones deportivas, deberán solicitar el reconocimiento de su personalidad jurídica al INDES, con la finalidad de formar parte del Registro Nacional de Federaciones y Asociaciones Deportivas, para lo cual deberá acompañar la documentación siguiente:

- a) Acta de constitución.
- b) Estatutos.
- c) La nómina de su junta directiva.
- d) Reglamento disciplinario.
- e) Nómina de miembros, la cual deberá incluir deportistas, entrenadores y árbitros

4.14 DERECHOS Y BENEFICIOS DE LOS PATROCINADORES

SEGUN COPESA, SERAN 3 CATEGORÍA DE PATROCINADORES

ORO, que estará valorizado en dos mil quinientos dólares (\$2,500)

PLATA, valorados desde mil quinientos dólares (\$1,500)

BRONCE, valorizados desde setecientos dólares (\$700)

Los patrocinadores obtendrán exposición de marca que les ayudará a crecer más en las diferentes redes sociales y medios de comunicación escritos del país , incluyendo los diferentes escenarios deportivos donde se desarrollaran las diferentes competencias.

Según el nivel de patrocinio de ORO se pretenden obtener 1 empresa , mientras que en PLATA se pretende obtener 2 empresas y finalmente en BRONCE se pretenden obtener al menos 4 marcas, aquí se tomará en cuenta aquellas empresas que no requieren tanta exposición, pero que ellas estén interesadas en relacionarse con las diferentes competencias a de desarrollarse en las próximos eventos.

MATRIZ DE BENEFICIOS PARA PATROCINADORES	O R O	P L A T A	B R O N C E
DERECHOS INSTITUCIONALES 1.1 Exclusividad en la categoría	X	X	
DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL 2.1 Derechos a presentación del patrocinio en rueda de prensa 2.2 Derecho al uso del logo y denominación del campeonato	X		X
DERECHO DE VISUALIZACIÓN - PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO 3.1 Derecho a tener presencia del logotipo en el escenario deportivo 3.2 Derecho de logotipo en podium en premiación 3.3 Presencia de stand en el escenario deportivo	X	X	
DERECHO PROMOCIONALES Y ACTIVACIONES PREMIUM 4.1 Derecho a la oportunidad de organización de concursos y derecho a usar boletos con fines promocionales	X	X	X
5. ENTRADA Y/O ACCESOS 5.1 Derecho a entradas de cortesía a cada jornada deportiva 5.2 Prioridad en acceso y parqueo para presenciar la jornada deportiva	X	X	X

4.15 PATROCINADOR OFICIAL



Historia: 1966 – La idea del Dr. José Alejandro Chávez. Luego de ser becado en Química y Farmacia por la Universidad Nacional, el Dr. José A. Chávez termina sus estudios en el extranjero y tiene la visión de retornar a El Salvador con la idea de poner sus conocimientos al servicio de su país.

1967 – La idea se hace realidad. Nace Laboratorios COFASA. Luego de reunir al equipo adecuado y lograr el financiamiento para comenzar el proyecto, nace Compañía Farmacéutica «COFASA» con la visión de crear un laboratorio nacional capaz de competir y suplir las necesidades de medicamentos de calidad en el país.

Labor social:

teléfono (+503) 2241 - 1600
dirección 5 Avenida Sur y 12 Calle Oriente, Santa Tecla, La Libertad.

<https://www.labcofasa.com/>



Historia:

Desde su fundación en 1972 Banco CUSCATLAN ha sido referente de excelencia e innovación en la banca salvadoreña para la región centroamericana.

Compromiso social: Banco CUSCATLAN apoya los sueños de la delegación salvadoreña. La prestigiosa institución financiera ratifica su compromiso con el desarrollo social del país y el fomento del deporte, apostando por un futuro en el que los jóvenes atletas puedan alcanzar sus sueños y metas.



asociación de ingenieros de mucha experiencia en ingeniería tanto en áreas civiles, mecánica y eléctrica, transportes especiales y equipo de levantamiento, nuestro objetivo es tener clientes satisfechos y ser sus socios estratégicos a largo plazo
Nuestra experiencia abarca varias ramas de ingeniería, especialmente en proyectos de generación de energía eléctrica, a combustión interna(fuel oil ,LNG, gas , hidroeléctricas, geotérmicas, solar), fabricación de compuertas, montajes de tuberías, grúas puentes, aislamiento térmico de tuberías, o líneas de dispositivos que lo requieran etc.

contacto:

teléfono +503) 7760-2671

correo electrónico info@serviciosindustrialesmz.com

ubicación Lourdes, Colón, La Libertad, El Salvador





La Constancia nace en 1906 en el barrio Santa Cruz en la ciudad de Santa Ana como la primera empresa dedicada a la producción de cerveza en El Salvador: En el año de 1920, Don Rafael Meza Ayáu fundó la primera planta embotelladora de bebidas gaseosas en San Salvador.

Es así como en 1928, La Constancia da un paso firme hacia adelante al instalar en San Salvador una nueva planta con sofisticada maquinaria para la producción de cerveza. Fiel a los extraordinarios conocimientos heredados de sus grandes maestros cerveceros alemanes entre ellos Hans Schelenker, Federico Bannon y Chester Hackbarth, Don Rafael Meza Ayáu y sus hijos continuaron con la tradición de fabricar cervezas de alta calidad, con un sabor único y distinguido.

Labor social: Un mundo mejor es un mundo en equilibrio, en donde cuidamos los recursos, en donde actuamos pensando en el mañana, en donde consumimos responsablemente y en donde todos estamos en la misma sintonía. porque sabemos que las decisiones que tomamos hoy, serán la realidad de mañana.

contacto: 503 2209-7555



Desde 1945, Impresa Repuestos se distingue por ser una entidad enfocada en la calidad, manejando dentro de su inventario marcas de repuestos de reconocimiento mundial para satisfacer las necesidades del parque vehicular de la región y entregar con ellos la mayor garantía y atención personalizada a sus clientes.

contacto: teléfono : 2278-9999
correo: negocios@impressarepuestos.com



La historia de VIJOSA es constante, nació en 1971, con vocación de exportación, ya que, traspasó la frontera con sus productos hacia Nicaragua en 1974, hoy día VIJOSA exporta a toda Centroamérica, el Caribe, Estados Unidos y parte de Sur América.

Labor social: Como Fundación Vijosa, nacimos con el firme propósito de contribuir al desarrollo social de la población salvadoreña, mediante el apoyo a programas y proyectos destinados a las áreas de salud, educación, deporte, arte, cultura, religión y bienestar social.



El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador, **INDES**, fue creado el 28 de junio de 1980, mediante el decreto 300 de la Junta Revolucionaria de Gobierno, que anunció la Ley de los Deportes. El primer Comité Ejecutivo del INDES fue en el período 1980-1983 y su presidente el Dr. Joel Arturo Rivas Castillo, asumió su puesto el 4 de julio de 1980.

Labor social:

encaminados a potenciar la actividad física deporte cómo medio para contribuir al bienestar social.