

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



TITULO

**ANÁLISIS ADMINISTRATIVO EN LAS ÁREAS DE MARKETING, GESTIÓN Y EVALUACIÓN
DE CALIDAD BASADO EN LAS NORMAS EFQM Y PLAN DE PATROCINIO DEL COLEGIO
OASIS INTERNATIONAL SCHOOL**

PRESENTADO POR:

JEHISEL ESTENIA VILLALTA HERNÁNDEZ

CARNET

VH12024

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN FUNDAMENTOS DE
MARKETING, GESTION Y EVALUACION DE CALIDAD PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION, ESPECIALIDAD EDUCACION FISICA,
DEPORTE Y RECREACIÓN.**

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

MAESTRO BORIS EVERT IRAHETA

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:

MAESTRO REINALDO ANTONIO LÓPEZ CARRILLO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, NOVIEMBRE DEL 2024**

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTOR ACADÉMICO

MESTRO RÓGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICENCIADO PEDRO ROSALÍO ESCOBAR
CASTANEDA SECRETARIO GENERAL

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR
DEFENSORA DE LOS DERECHOS
UNIVERSITARIOS

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA
FISCAL GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA
DECANO

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO
VICEDECANA

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA
SECRETARIO

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE
SERRANO DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Mtro. ALFREDO ESCOBAR RODRIGUEZ

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACIÓN

M.s.D. REINALDO ANTONIO LÓPEZ CARRILLO

DOCENTE ASESOR

M.s.C. BORIS EVERT IRAHETA

DEDICATORIA

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido esenciales en la realización de este trabajo.

En primer lugar, a mi Asesor de tesis, Boris Iraheta, por su invaluable orientación, apoyo constante y asesoramiento a lo largo de este proceso. Su experiencia y paciencia han sido fundamentales para el desarrollo de esta investigación.

A mi profesora de Iliana Milanova, quienes con su conocimiento y dedicación han contribuido significativamente a mi formación académica y profesional.

A mis compañeros y compañeras de estudio, por su amistad y colaboración. Las conversaciones y debates que hemos compartido han sido una fuente inagotable de ideas e inspiración.

A mi familia, por su amor y apoyo incondicional. A mis padres, por enseñarme el valor del trabajo duro y la perseverancia; y a mis hermanas, por estar siempre a mi lado, brindándome ánimo y comprensión.

Finalmente, a mis amigos, quienes siempre me ofrecieron su apoyo emocional y fueron una constante fuente de motivación.

A todos ustedes, mi gratitud eterna. Sin su ayuda y confianza, este logro no habría sido posible

INDICE

RESUMEN	7
PALABRAS CLAVE	7
INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVOS	10
• <i>General</i>	10
• <i>Específicos</i>	10
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS	11
• <i>Módulo I: El Marketing deportivo y sus escenarios</i>	11
• <i>Módulo II: Gestión de la calidad en organizaciones deportivas</i>	12
• <i>Módulo III: Gestión de los patrocinios deportivos y emprendimiento</i>	12
• <i>Módulo IV: Propuesta de gestión deportiva: Evaluación de calidad y creación de propuestas de bienes, producto y servicios</i>	13
LESIONES APRENDIDAS	14
CONCLUSIÓN	15
RECOMENDACIONES	16
• <i>Módulo I</i>	17
➤ Trabajo 1: Presentación para el plan Marketing	18
➤ Trabajo 2: Plan de marketing	35
• <i>Módulo II</i>	48
➤ Trabajo 1: Elaboración de herramienta de trabajo	49
➤ Trabajo 2: Resultado de la herramienta de trabajo	51
• <i>Módulo III</i>	77
➤ Trabajo 1 Evaluación de calidad	78
➤ Trabajo 2: Resultado de evaluación de calidad	88
➤ Trabajo 1: Plan de patrocinio	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116

RESUMEN

El curso de especialización en gestión y dirección deportiva está orientado a desarrollar evaluaciones de alta calidad en el entorno laboral, tanto dentro como fuera de las instalaciones. También se enfoca en establecer conexiones efectivas para la búsqueda de nuevos patrocinadores que deseen integrarse a la organización. Esto beneficia tanto a la entidad que presta servicios como a los beneficiarios destacados. El objetivo principal es mejorar la calidad del servicio ofrecido a las personas, lo cual se logra a través de la creación de herramientas de trabajo que integren los elementos clave de la organización que se desea evaluar. Además, se promueve la implementación de metodologías innovadoras y procesos estratégicos que fortalezcan la planificación institucional. Las distintas áreas administrativas desempeñan un papel crucial en este proceso, y se trabaja en potenciar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), constituyendo estas un recurso esencial para el desarrollo de la investigación. Se fomenta también el liderazgo proactivo y la toma de decisiones fundamentadas. El resultado final es la mejora de la calidad y la garantía de atraer colaboradores que apoyen el servicio proporcionado.

Palabras clave: gestión deportiva, dirección deportiva, administración deportiva, evaluación de calidad, marketing deportivo, gestión de patrocinio.

INTRODUCCIÓN

Como educadores de la educación física con especialidad en deporte y recreación nuestro principal objetivo es buscar facilitar el beneficio de las actividades recreativas, deportivas y lúdicas conllevando a una condición física que cada persona involucrada busca y beneficiando su diario vivir; tomando en cuenta, la actualización de conocimiento y la aplicación de modernas herramientas que faciliten el trabajo del educador que busca un mejor desarrollo deportivo.

En el campo de la Educación Física y los deportes se suele cometer el error de pensar que el rol desempeñado por la gestión y dirección deportiva es ajeno o muy mínimo para este ámbito, el documento tiene sus cimientos en la conexión multidisciplinaria existente entre la educación física, deporte y recreación en relación con la gestión de los diferentes recursos, relaciones interpersonales así como convenios con diversas instituciones, llámese empresas, escuelas deportivas, asociaciones, federaciones, fundaciones y cualquier institución que se relacione con éste rubro, así mismo; se incorpora la dirección o dirigencia desempeñando sus roles, ya que es importante saber de deportes como de gestión y dirección para transformar los recursos en acciones y es justo en esto donde tiene sus bases dicho documento.

El presente trabajo documentado ha sido el desarrollo de los objetivos establecidos de la especialización, tomando en cuenta que para su elaboración se dividió en módulos que caracterizaban el trabajo a realizar y objetivos que se debían obtener en cada módulo desarrollado; con el fin de acoplar en conjunto y ejecutar el trabajo final de la mejor manera y conseguir el desarrollo formal, buscando ser un ente demandante para la organización que nos permitió trabajar de la mano con ellos y logrando un beneficio mutuo.

JUSTIFICACIÓN

La importancia de las actividades deportivas y recreativas en la etapa de la niñez radica en la principal esencia de necesidad desarrollando sus destrezas motoras, cognitivas, sociales y afectivas para su diario vivir. La importancia de saber elaborar y manejar información avalada que ayude a un mejor desarrollo físico y psicológico de la niñez es ampliamente compleja y lleva años de práctica para lograr la perfección y obtener un saludable desarrollo.

Saber administrar una institución deportiva, una federación de cualquier deporte o alguna actividad física es algo sumamente complejo y difícil de sobrellevar, lo anteriormente mencionado es la razón por la cual en nuestro país la mayoría de estas instituciones carecen de buenos procesos administrativo de dirección y gestión debido a múltiples variables, dichas variables se abordaran en este documento de investigación con el fin de determinar las causas de influyentes que generan éste fenómeno.

¿qué tan posicionado se está en el mercado?, ¿Cómo podemos mejorar el servicio?
¿Qué opinan los clientes sobre la institución (escuela, club, asociación, federaciones, etc.)? interrogantes como estas son nada más algunas de las preguntas que este trabajo dará respuesta.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar estrategias de marketing deportivo efectivas para aumentar la visibilidad y participación estudiantil en la gimnasia rítmica en el Colegio Oasis International School.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Investigar prácticas exitosas de marketing deportivo en instituciones educativas
- Examinar casos de éxito en la promoción de disciplinas deportivas en colegios similares.
- Estudiar las estrategias de comunicación más efectivas para captar la atención de estudiantes y padres.
- Proponer actividades promocionales y eventos que impulsen el interés en la gimnasia rítmica.
- Desarrollar material de comunicación visual y digital para aumentar la visibilidad del proyecto
- Estrategias de Marketing Deportivo para Promover la Gimnasia Rítmica en el Colegio Oasis y Fomentar la Participación Estudiantil.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

MODULO I

El marketing deportivo y sus escenarios

- 1 Búsqueda de la organización, fundación, escuela, club, academia, federación, empresas u otros entes que facilitarán el acceso de los estudiantes para la realización del trabajo
 - 2 Acuerdo con — Oasis International School para iniciar el trabajo del curso de especialización para la gestión y dirección deportiva.
Primer trabajo, presentación de la fundación, sus entes y el área con la dirección que se trabajó y puntos clave para el desarrollo próximo del trabajo
 - 3
 - ✓ DESCRIPCIÓN DE LA FUNDACIÓN
 - ✓ FODA
 - ✓ MÉTODOS CANVAS
 - ✓ FUERZAS DE PORTER
 - ✓ CADENA DE VALOR
 - ✓ RAZONES FINANCIERAS
Segundo trabajo plan de marketing, la información obtenida en este documento indica
El espacio requerido para desarrollar el deporte de gimnasia rítmica, y la población a la que ira dirigido este proyecto. Elaborar un máquetin para las alumnas que ya practican este deporte en clubes y academias externas a la institución deportiva y para alumnas que quiera iniciarse en el deporte.
 - 4 Puntos:
 - ✓ ENTORNO GENERAL
 - ✓ ENTORNO SECTORIAL
 - ✓ ENTORNO COMPETITIVO
 - ✓ MERCADO
 - ✓ PÚBLICO OBJETIVO
 - ✓ FIJACIÓN DE OBJETIVOS
 - ✓ ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS
 - ✓ CARTERA
 - ✓ SEGMENTACIÓN
 - ✓ POSICIONAMIENTO
 - ✓ MARKETING MIX
 - ✓ PLAN DE ACCIÓN
 - ✓ PRESUPUESTO
 - ✓ SUPERVISIÓN
-

MODULO II

Gestión de la calidad en organizaciones deportivas

- Inicio de la elaboración de la encuesta para los beneficiarios de la nueva división atlética de gimnasia rítmica dentro de la institución educativa, (niñas) y sus responsables (madre, padre o encargado).
Dividiéndose en dos partes:
- 1 ✓ Parte 1: diez preguntas hacia las niñas de los diferentes grados escolares que asistían que formaran parte de la nueva división deportiva de gimnasia rítmica. Parte 2: diez preguntas hacia la madre, padre o responsable del beneficiario
 - 2 Conteo del resultado de las encuestas que se pasaron en cada grado y entrega del documento del análisis por cada una de las preguntas que se realizaron en las dos partes de la encuesta.
-

MODULO III

Gestión de los patrocinios deportivos y emprendimiento.

- Datos y realización de encuesta EFQM del personal que labora en El Colegio Oasis Internacional School.
- 1 ✓ DATOS DE CONTACTO COLEGIO OASIS INTERNATINAL SCHOOL.
✓ BLOQUE DE CARACTERÍSTICAS GENERALES
✓ NÚMERO DE PERSONAL TRABAJANDO EN LA DIVISION ATLETICA DEL COLEGIO.
-
- Encuesta EFQM para el personal que labora en la fundación, realizada a Junta directiva.
- ✓ DIVISION ATLETICA DEPORTIVA
 - ✓ DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN Y CULTURA
 - ✓ DIRECCIÓN DE MARQUETIN Y COMUNICACION
- Dimensiones que se encuestaron:
- 2 ✓ D1: ENFOQUE DEL CONOCIMIENTO DE DATOS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA
 - ✓ D2: ESTRATÉGIAS Y PLANIFICACIÓN DE LA DIVISION DE GIMNASIA RITMICA
 - ✓ D3: CALIDAD DEL PERSONAL EN LAS ÁREAS INTERNAS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA
 - ✓ D4: ALIANZAS Y RECURSOS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA
 - ✓ D5: GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
 - ✓ D6: TRABAJO DE CALIDAD EN EL INTERIOR DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS
 - ✓ D7: SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS
 - ✓ D8: DIRECCIÓN DE MARQUETIN.
 - ✓ D9: ANALISIS DE LOS ENTRENADORES QUE LABORAN EN LA INSTITUCION EDUCATIVA
-

-
- 3 Conteo del resultado de las encuestas que se realizó dentro de la institución educativa sus trabajadores y entrega del documento con su análisis por cada pregunta.
-

MODULO IV

Propuesta de gestión deportiva: evaluación de calidad y creación de propuestas de bienes, productos y servicios.

- 1 Elaboración del documento para la búsqueda del evento a realizar
- 2 Búsqueda de patrocinio en: socios de la institución educativa, empresas deportivas, embajadas academias, y marcas deportivas.
- 3 Realización del evento para recibir el equipo deportiva de los patrocinadores de la embajada de México.
- 4 Realización del evento de inauguración de la división de gimnasia Rítmica en el colegio Oasis International School.
Viernes 29 de octubre de 2021
- 5 Análisis del evento realizado y anexo de fotografías.
-

LECCIONES APRENDIDAS

- Mejorar las habilidades de redacción y aplicar los conocimientos adquiridos durante la especialización.
- Identificar los objetivos y analizar los aspectos clave necesarios para desarrollar el documento inicial.
- Diseñar estrategias adecuadas para la creación de campañas publicitarias.
- Investigar ofertas y tarifas relacionadas con el patrocinio.
- Establecer contactos con empresas y organizaciones para futuros eventos.
- Organizar reuniones de trabajo que permitan recopilar información precisa.
- Utilizar la herramienta PSPP como apoyo en las tareas.
- Diseñar estrategias prácticas enfocadas en la obtención de patrocinio.
- Llevar a cabo actividades dirigidas a la búsqueda de patrocinadores.
- Resultados del proyecto.

CONCLUSIÓN

Las actividades lúdicas, recreativas, deportivas y sociales pueden ser un motivo por el cual la persona involucrada decida el cambio de rumbo de su vida. Desde la niñez es importante la aplicación de una actividad recreativa que ayude a mejorar día con día usándose como ejemplo de disciplina, carácter, habilidades, destrezas y sobre todo un estilo de vida saludable.

El proceso de la especialización en dirección y gestión deportiva es uno de los primeros pasos a seguir para buscar hacer un cambio con la sociedad salvadoreña, el deporte puede ser un pilar fundamental para lograr construir una conciencia real y clara sobre la visión futura. Debemos tomar en cuenta que el proceso para conseguir lo que se busca no es fácil más sin embargo es satisfactorio lograrlo y poder estar orgullo de pasar los procesos de trabajo y anhelar el primer fruto.

Todo tiene un principio, pero, es responsabilidad de un como profesional si colocarle un fin o seguir adquiriendo conocimientos principalmente para beneficio propio y así poder ser una fuente de sabiduría para las generaciones siguientes que quieran seguir el mismo camino, buscando mejorar la educación física, deportes actividades recreativas que produzcan un resultado finito y nunca tenga un fin.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones se basan en los siguientes puntos principales:

- La niñez salvadoreña se considera importante para el futuro crecimiento infraestructural, económico, social, político, y familiar siendo pilar importante en la realidad actual.
- Los padres, madres, responsables, tutores de los infantes son un ejemplo de vida para ellos.
- La nueva era digital ha venido arrasando en la sociedad salvadoreña y para llevar a cabo cualquier tipo de trabajo se debe tener el conocimiento de las herramientas de trabajo que facilitan el proceso de análisis y su desarrollo.
- La actividad física, aporta beneficios psicológicos, físicos, sociales y familiares.
- La importancia de la elaboración de pequeños proyectos es un inicio de una estructura radical futura.
- La actualización de conocimientos deportivos, y manejo de gestión deportiva es fundamental para conseguir la elaboración de trabajos que beneficien partes de las poblaciones a las que van dirigidas.
- La comunicación tecnológica ha sido favorable para lograr conseguir patrocinios siempre y cuando se haga con días anticipados para lograr un mejor producto.

MÓDULO

I

OASIS ATHLETICS INTERNATIONAL SCHOOL

VISIÓN

Ofrecer una educación inspiradora y formar generaciones seguras, equilibradas, prósperas y enojadas para servir y construir un mundo mejor.

MISION

Oasis International Athletics School nace para combinar excelencia y realización a través de una educación holística fomentando el aprendizaje de tres idiomas y dando un gran lugar a las nuevas tecnologías. Para alcanzar este objetivo, la escuela ofrece a sus alumnos una educación exigente y de alto nivel, centrándose en el desarrollo de aptitudes morales, deportivas, intelectuales y creativas. Oasis Athletics International School forma así ciudadanos comprometidos, realizados en su vida profesional y personal, capaces de actuar en perfecta simbiosis con personas de diferentes culturas y orígenes, asumir desafíos y dejar su huella en el desarrollo del mundo y de su comunidad.

OASIS ATHLETICS DIVISION

Acerca del proyecto.

“Más allá de lo académico, nuestro extenso programa atlético fomenta el desarrollo físico y habilidades para toda la vida como el compromiso y la perseverancia. Nuestro objetivo es inculcar la valentía y una visión poderosa, preparando a los estudiantes para enfrentar con confianza los desafíos de la vida.

Por lo que, hemos desarrollado una fórmula: Oasis Athletics División para garantizar que todos los estudiantes-atletas tengan la oportunidad de explorar sus talentos en tres deportes principales: Natación, gimnasia rítmica y gimnasia artística y fútbol, con el objetivo de incluir más deportes en el futuro”

Nuestro programa está reconocido por la Federación Nacional, lo que brinda a los estudiantes la oportunidad de competir en la pista competitiva o profesional.

Enfoque competitivo.

Compite en competiciones Inter escolares y de nivel académico.

Enfoque Profesional:

Compite a nivel de clubes profesionales y competiciones olímpicas.

En la nueva división de gimnasia rítmica

“Nuestro objetivo es fomentar una comunidad de alumnos-atletas apasionados dedicados a alcanzar la grandeza, tanto dentro como fuera del gimnasio.

Creemos profundamente en el impacto transformador de la gimnasia rítmica, aprovechando su potencial para cultivar la fuerza, la resiliencia y el carácter fuerte.

Nuestro objetivo es desarrollar atletas que no solo compitan, sino que también lideren con empatía, influyendo positivamente en sus comunidades”

ATRIBUTOS EN EL ALUMNADO

Dichos atributos conllevan un compromiso de ayudar a todos los miembros de la comunidad escolar a aprender a respetarse a sí mismos, a las demás personas y al mundo que les rodea.

- Indagación
- Conocimiento
- Razonamiento
- Comunicación
- Integridad
- Mentalidad abierta
- Solidaridad
- Audacia
- Equilibrio
- Reflexión



ECOLE OASIS
INTERNATIONALE



EVERY CHAMPION STARTS SOMEWHERE

FODA

Fortalezas (F)

1. Personal Altamente Capacitado:
 - Entrenadores certificados en diversas disciplinas.
 - Equipo administrativo con experiencia en gestión deportiva y logística de eventos.
2. Infraestructura y Equipamiento:
 - Instalaciones modernas, como gimnasios, canchas, piscinas y espacios de entrenamiento al aire libre.
 - Acceso a tecnología avanzada, como software de análisis de rendimiento y monitoreo de atletas.
3. Posicionamiento de Marca:
 - Reconocimiento local o regional como un referente en actividades deportivas de calidad.
 - Asociación con instituciones educativas o clubes prestigiosos que potencian la credibilidad.

4. Diversidad y Adaptabilidad de Servicios:
 - Programas para diferentes edades, niveles y objetivos (desde recreación hasta alto rendimiento).
 - Inclusión de deportes menos comunes que atraen nichos específicos.
5. Red de Contactos:
 - Colaboración con patrocinadores, instituciones gubernamentales y organizaciones no lucrativas.

Oportunidades (O)

1. Incremento del Interés en la Actividad Física:
 - Creciente preocupación por la salud y el bienestar físico en la sociedad.
2. Potencial para Patrocinios:
 - Empresas interesadas en vincularse con el deporte para mejorar su imagen y llegar a públicos jóvenes y activos.
 - Socios interesados en expandir la división atlética.
3. Eventos y Torneos:
 - Oportunidad de organizar o participar en competencias nacionales e internacionales.
 - Creación de competencias locales destinadas a fomentar la inclusión y la práctica deportiva.
4. Expansión Digital:
 - Uso de redes sociales, páginas web y plataformas como YouTube para transmitir eventos en vivo y compartir contenido deportivo.
 - Programas de casa talentos para motivar económicamente a figuras potenciales.

Debilidades (D)

1. Limitaciones Presupuestarias:
 - Dificultades para cubrir todas las necesidades operativas, de infraestructura o promoción.
 - Dependencia excesiva de patrocinadores o recursos externos para financiar programas clave.
2. Falta de Retención de Miembros:
 - Problemas para mantener el interés prolongado de atletas o usuarios debido a la falta de capacidad de los entrenadores, atractivos.
 - Competencia interna entre disciplinas que dispersa la atención de los recursos.
3. Comunicación y Coordinación Interna limitada:
 - Procesos de planificación no estandarizados, lo que genera confusiones o retrasos en la organización de eventos.
 - Falta de una plataforma única para la gestión de actividades.
4. Accesibilidad Limitada:
 - Precios elevados que dificultan el acceso de personas con bajos recursos.
 - Ubicación de las instalaciones poco accesible para ciertos sectores.

Amenazas (A)

1. Competencia Creciente:
 - Proliferación de gimnasios, clubes deportivos y servicios independientes con ofertas competitivas.
 - Aparición de alternativas más económicas o innovadoras.
2. Crisis Económicas:
 - Reducción en el poder adquisitivo de los usuarios, afectando su capacidad para invertir en actividades deportivas.
 - Posible retirada de patrocinadores ante problemas económicos.
3. Regulaciones Gubernamentales:
 - Cambios en normativas relacionadas con seguridad, uso de instalaciones o licencias deportivas.
 - Restricciones por temas de salud, como pandemias o emergencias sanitarias.
4. Desinterés Social en el Deporte:
 - Aumento del sedentarismo en niños y jóvenes, debido al uso excesivo de tecnología o falta de interés en actividades físicas.
5. Impactos Ambientales:
 - Cambios climáticos que afecten los espacios deportivos al aire libre.
 - Restricciones ambientales que limiten el uso de recursos naturales para las actividades deportivas.

QUE DEBILIDAD NECESITA UNA CORRECCIÓN URGENTE.

Comunicación y coordinación interna limitada.

- › Impacto en marketing:
 - Una mala coordinación interna puede reflejarse en campañas desorganizadas, mensajes confusos o falta respuesta oportuna a los clientes.
- › Soluciones desde el marketing:
 - Calendario de marketing centralizado:
 - Implementar herramientas como Google Calendar para coordinar todas las acciones de marketing y asegurar su correcta ejecución.
 - Planificar campañas con antelación, alineando al equipo en las fechas clave.
 - Optimización de la atención al cliente: Implementar chatbots o sistemas de respuesta automática en redes sociales para mejorar la comunicación con usuarios.
 - Capacitar al personal en manejo de redes sociales y atención al cliente para brindar respuestas rápidas y claras.
 - Gestión de campañas: Usar plataformas digitales para programar publicaciones y centralizar la gestión de redes sociales.

QUE OPORTUNIDAD DEBE TENER PRIORIDAD Y SER APROVECHADA CON LA FORTALEZA.

Expansión digital y uso de redes sociales.

› Fortalezas clave:

- Reconocimiento de marca.
- Diversidad de disciplinas que generan contenido atractivo.
- Personal capacitado que puede crear contenido profesional.

› Estrategia de marketing:

- Presencia en plataformas digitales:
- Mantener perfiles activos en Instagram, Facebook y TikTok con publicaciones frecuentes sobre actividades, entrenamientos y logros deportivos.
- Compartir videos detrás de cámaras de los entrenamientos y eventos, mostrando la infraestructura y el equipo humano.
- Publicidad digital: Crear campañas de pago segmentadas por intereses y ubicación para atraer a nuevos usuarios.
- Utilizar Google Ads y Facebook Ads para destacar las ventajas de las instalaciones y los programas.
- Generación de comunidad online:
- Abrir grupos exclusivos en plataformas como Facebook o WhatsApp para conectar a los usuarios actuales y fomentar la recomendación boca a boca.

METODOS CANVAS

› Propuesta de Valor

La división de gimnasia rítmica será un espacio para desarrollar el potencial físico, artístico y social de los estudiantes, promoviendo la disciplina, el trabajo en equipo y la creatividad. Para ello es necesario diseñar un programa de entrenamiento que combine ejercicios técnicos, expresión artística y desarrollo integral y crear un mensaje de valor para comunicar a los padres: “Una actividad que fortalece cuerpo y mente, mientras potencia la creatividad”.

› Segmentos de Clientes

Principalmente dirigido a estudiantes de primaria y secundaria, padres interesados en actividades extracurriculares de calidad. Y comunidad educativa (colegio, asociaciones de padres).

Se realizará una encuesta inicial para identificar el interés de los estudiantes y padres también se organizarán charlas informativas dirigidas a los padres para explicar los beneficios de la gimnasia rítmica, así como uso de

› Canales de comunicación y distribución

A nivel interno, hacer uso de medios como: Circulares escolares, reuniones con padres y eventos escolares, también canales digitales como: Redes sociales, página web y plataformas de mensajería (WhatsApp, correo electrónico) paralelamente diseñar contenido digital (videos, infografías) que muestre la importancia de la gimnasia rítmica y crear un calendario de publicaciones en redes sociales para mantener informada a la comunidad escolar sobre avances, eventos y logros.

› Relación con los Clientes

Es importante interactuar con los clientes (alumnas en potencia) a través de entrenamientos personalizados y motivación constante, implementando por ejemplo un sistema de reconocimiento mensual para los estudiantes destacados, como por ejemplo “Gimnasta del Mes” y a los padres de familia o encargados, mediante reuniones periódicas, boletines informativos y actividades participativas, también organizar exhibiciones abiertas donde los padres puedan ver el progreso de sus hijos.

› Fuentes de Ingresos

Fuentes principales: Cuotas de participación y mensualidad, Patrocinios y Venta de entradas a exhibiciones y competencias. Para lo cual debemos definir una estructura de costos por nivel de participación (iniciación, intermedio, avanzado), así como la búsqueda de alianzas con marcas deportivas para financiar equipos, uniformes y, por último, organizar un evento inaugural con venta de entradas para generar ingresos iniciales.

› Recursos Clave

- Recursos humanos: Entrenadores especializados, personal administrativo y de logística.
- Recursos físicos: Espacios adecuados (gimnasio, salón amplio), equipos y uniformes.
- Recursos financieros: Presupuesto inicial para materiales y contratación de personal.

Acciones para desarrollar:

- Contratar un entrenador certificado en gimnasia rítmica para liderar el proyecto, entrenadores asistentes, entrenadores de ballet y fitness.
- Realizar un inventario de los recursos existentes en el colegio que puedan adaptarse a la nueva división (sonido, salones).
- Adquirir equipos básicos (pelotas, aros, cintas, mazas, cuerdas, barras de ballet, colchonetas etc.).

› Actividades Clave

Planificación e implementación del programa de entrenamiento, organización de eventos (competencias internas, exhibiciones). Y promoción de la división.

Para eso es importante diseñar un programa de entrenamiento que combine técnica y expresión artística, también realizar un evento inicial para presentar la división a la comunidad escolar y finalmente participar en competencias locales y regionales para aumentar el prestigio del colegio.

› Socios Clave

- Dirección del colegio y asociaciones de padres. lo que implica negociar con la dirección del colegio con apoyo logístico y financiero,
- Marcas deportivas para patrocinio lo que implica, buscar acuerdos con marcas deportivas para donación de equipos y uniformes.
- Federaciones y clubes de gimnasia para eso es importante, establecer contacto con clubes de gimnasia rítmica para organizar competencias conjuntas.

Estructura de Costos

Orden de estructura.	Necesidades.	Acciones específicas:
Principales costos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratación de entrenadores especializados. 2. Compra de materiales (aparatos de gimnasia, vestuarios). 3. Organización de eventos y promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimar un presupuesto inicial para cubrir los costos del primer año. • Priorizar la compra de equipos esenciales y buscar donaciones o descuentos para reducir gastos. • Crear un fondo específico para la división, financiado con cuotas y patrocinios.
Plan de Acción Fase 1	Planeación (1-2 meses)	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis de interés entre los estudiantes y padres. • Diseñar el programa de gimnasia rítmica. • Definir el presupuesto y buscar patrocinios.
Plan de Acción Fase 2	Lanzamiento (3er mes)	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar al entrenador y adquirir los equipos básicos. • Organizar un evento inaugural con una demostración de gimnasia rítmica. • Iniciar las clases regulares y establecer un sistema de seguimiento para los estudiantes
Acciones concretas Fase 3	Consolidación (4-12 meses)	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar eventos internos • Participar en torneos locales y regionales para posicionar la división. • Implementar campañas digitales para promocionar logros y captar más estudiantes.

Indicadores de Éxito	Clave de Rendimiento (KPIs)	<ul style="list-style-type: none">• Número de estudiantes inscritos: Medir la tasa de inscripción y retención mensual.• Satisfacción de los padres: Encuestas trimestrales para evaluar la percepción del programa.• Participación en eventos: Número de competencias y exhibiciones realizadas en el año.• Ingresos generados: Comparar los ingresos por cuotas, patrocinios y eventos con los costos operativos
----------------------	-----------------------------	--

FUERZAS DE POTER

1. Amenaza de Nuevos Competidores	2. Poder de los Proveedores	3. Poder de los Clientes (Padres y Estudiantes)	4. Amenaza de Sustitutos	5. Rivalidad entre Competidores
<p>Definición: La facilidad con la que otros colegios o academias deportivas pueden desarrollar programas similares.</p> <p>> Otros colegios pueden introducir programas deportivos similares, especialmente si tienen infraestructura o recursos.</p> <p>> Reclutar gimnastas de academias de externa que ya tienen experiencia y reputación pueden captar a los estudiantes.</p>	<p>Definición: La influencia que tienen los proveedores de recursos necesarios para el proyecto, como entrenadores especializados, equipos deportivos y patrocinadores.</p> <p>Impacto en el proyecto:</p> <p>> Entrenadores especializados en gimnasia rítmica pueden ser escasos y demandar salarios elevados.</p> <p>> La adquisición de equipos específicos (aros, cintas, pelotas, mazas) puede depender de proveedores limitados.</p> <p>> Patrocinadores podrían elegir otras instituciones con mayor visibilidad.</p>	<p>Definición: El grado de influencia que tienen los clientes (padres y estudiantes) sobre el programa, incluyendo expectativas de calidad y precios.</p> <p>Impacto en el proyecto:</p> <p>Los padres buscarán programas de alta calidad a precios accesibles, comparando con otras actividades extracurriculares disponibles.</p> <p>> Si los estudiantes no perciben la gimnasia rítmica como atractiva o divertida, la inscripción puede ser baja.</p>	<p>Definición: Otras actividades extracurriculares que podrían reemplazar el interés en la gimnasia rítmica.</p> <p>Impacto en el proyecto:</p> <p>> Actividades deportivas populares como fútbol, baloncesto o natación podrían atraer a los estudiantes.</p> <p>> Actividades artísticas como danza, teatro o música también compiten por la atención y recursos de los padres.</p>	<p>Definición: El nivel de competencia entre colegios u organizaciones deportivas que ofrecen programas similares.</p> <p>Impacto en el proyecto:</p> <p>> Otros colegios o academias de gimnasia bien establecidas pueden captar a los estudiantes interesados, especialmente si tienen prestigio o experiencia.</p> <p>> La rivalidad puede generar presión para bajar precios o mejorar continuamente los servicios ofrecidos.</p>

<p>Estrategias para minimizar la amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> > Diferenciarse ofreciendo un programa único que combine gimnasia rítmica con formación integral (artística, física y valores). > Establecer convenios con federaciones o competencias exclusivas que den prestigio al programa. > Promover activamente la calidad y accesibilidad del programa 	<p>Estrategias para gestionar el poder de los proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Buscar alianzas con academias o clubes deportivos que puedan ofrecer entrenadores o talleres formativos. > Adquirir equipos en grandes cantidades o establecer convenios con marcas deportivas para reducir costos. > Proponer paquetes atractivos de visibilidad a patrocinadores locales (marcas deportivas, tiendas, empresas locales). 	<p>Estrategias para aumentar la satisfacción de los clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ofrecer una experiencia enriquecedora con actividades motivadoras y exhibiciones regulares que muestren el progreso de los estudiantes. > Proporcionar opciones de precios flexibles y promociones iniciales para facilitar el acceso. > Mantener una comunicación constante con los padres, informándoles sobre los beneficios del programa y el avance de sus hijos. 	<p>Estrategias para reducir la amenaza de sustitutos:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Hay que destacar los beneficios únicos de la gimnasia rítmica, como la combinación de deporte y arte, y su impacto en habilidades psicomotoras y disciplina. > Integrar exhibiciones de gimnasia rítmica en eventos escolares para despertar interés y diferenciación. > Diseñar programas complementarios para estudiantes que ya practican otros deportes o actividades artísticas. 	<p>Estrategias para destacar frente a los competidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Crear un enfoque único centrado en valores integrales y una metodología diferenciada. Promocionar logros y éxitos del programa en competencias locales y regionales para ganar prestigio. > Fomentar una comunidad fuerte entre los participantes y sus familias, haciendo que el programa sea más que una actividad extracurricular
---	--	---	--	---

<p>Conclusión del Análisis</p>	<ul style="list-style-type: none">• Fuerzas críticas: La amenaza de nuevos competidores y los sustitutos son las principales amenazas, dado que el mercado de actividades extracurriculares puede ser competitivo.• El poder de los clientes será decisivo; los padres y estudiantes deben percibir el programa como una propuesta valiosa y diferenciada.• Construir una propuesta única que destaque tanto en calidad como en impacto integral.• Establecer alianzas con proveedores clave y fortalecer relaciones con clientes y patrocinadores.• Diferenciarse a través de la comunicación efectiva y la visibilidad en competencias locales.
------------------------------------	---

CADENA DE VALOR

1. Actividades Primarias

1.1 Logística Interna

1.1.1 Gestión de Recursos

- Contratación de entrenadores especializados con experiencia en gimnasia rítmica.
- Adquisición y manejo de equipos necesarios: aros, pelotas, cintas y colchonetas.

1.2 Operaciones

1.2.1 Diseño y Ejecución del Programa de Entrenamiento

- Desarrollo de clases estructuradas por nivel: iniciación, intermedio y avanzado.
- Integración de elementos técnicos, artísticos y de desarrollo personal.

1.3 Logística Externa

1.3.1 Relaciones con los Clientes y Promoción

- Comunicación continua con los padres: reportes de progreso, boletines informativos y reuniones.
- Uso de redes sociales para compartir logros y eventos destacados.

1.4 Marketing y Ventas

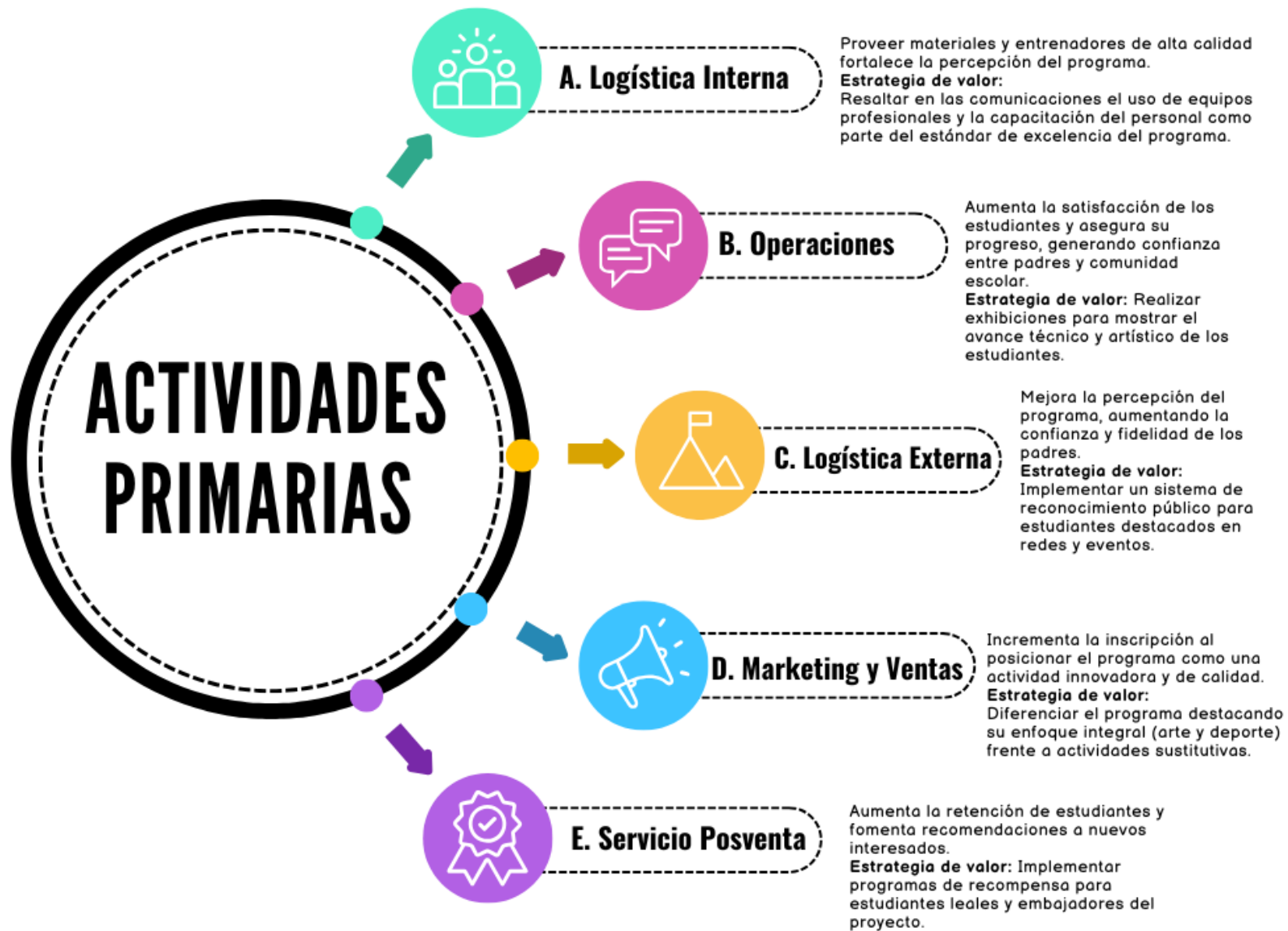
1.4.1 Promoción del Programa

- Creación de campañas dirigidas a estudiantes y padres dentro de la comunidad escolar.
- Publicidad en plataformas digitales y eventos escolares.

1.5 Servicio Posventa

1.5.1 Fidelización de Estudiantes y Padres

- Ofrecimiento de beneficios exclusivos, como acceso a competencias externas, talleres o clases adicionales.
- Encuestas regulares para evaluar la satisfacción y recibir retroalimentación.



2. Actividades de Apoyo

2.1 Infraestructura

2.1.2 Instalaciones y Recursos

- Optimización de espacios del colegio para las clases de gimnasia rítmica.
- Colaboración con proveedores para equipos de calidad.

2.2 Gestión del Talento Humano

2.2.1 Capacitación y Motivación del Personal

- Entrenadores certificados y capacitados en metodologías modernas.
- Talleres regulares para entrenadores enfocados en innovación y motivación.

2.3 Desarrollo Tecnológico

2.3.1 Uso de Herramientas y Canales Digitales

- Plataformas para el seguimiento del progreso de los estudiantes (boletines digitales).
- Marketing digital en redes sociales y páginas web del colegio.

2.4 Adquisición

2.4.1 Gestión de Recursos y Proveedores

- Establecer alianzas estratégicas con marcas deportivas.
- Negociar patrocinios o donaciones para reducir costos.

01.

Infraestructura

Ofrecer instalaciones adecuadas aumenta la comodidad y seguridad de los estudiantes.

Estrategia de valor: Mostrar en campañas publicitarias la calidad de los espacios disponibles.



02.

Gestión del Talento Humano

Mejora la experiencia educativa de los estudiantes y refuerza la reputación del programa.

Estrategia de valor: Comunicar el perfil y logros del equipo de entrenadores en redes sociales y eventos.



03.

Desarrollo Tecnológico

Amplía el alcance promocional y facilita la interacción con padres y estudiantes.

Estrategia de valor: Crear contenido visual (videos de prácticas, testimonios) para destacar el impacto del programa.



04.

Adquisición

Reconocer públicamente a los patrocinadores y mostrar su contribución al proyecto.

Estrategia de valor: Reconocer públicamente a los patrocinadores y mostrar su contribución al proyecto.



3. Generación de Valor

3.1 Al integrar estas actividades, el proyecto aumenta el atractivo del colegio al ofrecer un programa único que combina deporte y arte, diferenciándose de otras instituciones, fomenta relaciones sólidas con estudiantes y padres al ofrecer una experiencia enriquecedora y personalizada. optimiza recursos y fortalece alianzas con proveedores y patrocinadores, asegurando la sostenibilidad del programa y posiciona la marca del colegio como innovadora y comprometida con el desarrollo integral de sus estudiantes.

CADENA DE VALOR INTERNA ESPECIFICA

Flujo de Valor Interno

Entrada

Identificación de estudiantes interesados y reclutamiento a través de eventos promocionales.

Proceso:

Diseño, personalización e implementación del programa basado en las necesidades de los estudiantes.

Salida:

Logros tangibles (medallas, participación en competencias, desarrollo técnico) y beneficios intangibles (confianza, disciplina, motivación).

Valor Final:

El programa de gimnasia rítmica posiciona al colegio como líder en formación deportiva y artística, aumentando su prestigio y atrayendo a más familias.

1. Reclutamiento y Captación de Estudiantes	<p>Actividad:</p> <p>Organización de eventos de demostración gratuitos para que los estudiantes experimenten el programa.</p> <p>Creación de una campaña promocional dentro del colegio (posters, redes sociales, presentaciones en asambleas).</p> <p>Valor Generado:</p> <p>Aumenta la visibilidad y el interés inicial.</p> <p>Genera confianza en los padres al mostrar el enfoque profesional y educativo del programa.</p>
2. Diseño y Personalización del Programa	<p>Actividad:</p> <p>Segmentación por niveles (principiante, intermedio y avanzado).</p> <p>Creación de un plan de entrenamiento que combine técnica, expresión artística y desarrollo personal.</p> <p>Valor Generado:</p> <p>Garantiza una experiencia adecuada para cada estudiante, evitando frustraciones o falta de progreso.</p> <p>Refuerza el atractivo del programa como una propuesta integral que va más allá del deporte.</p>
3. Implementación de Entrenamientos y Seguimiento	<p>Actividad:</p> <p>Clases estructuradas con un entrenador calificado, incorporando rutinas adaptadas al progreso de los estudiantes.</p> <p>Uso de evaluaciones regulares para medir avances técnicos y artísticos.</p> <p>Valor Generado:</p> <p>Proporciona confianza a los padres sobre la calidad del entrenamiento y el progreso de sus hijos.</p> <p>Mejora la motivación y el compromiso de los estudiantes.</p>

4. Comunicación Continua con Padres y Comunidad Escolar	<p>Actividad: Envío de boletines mensuales con información sobre avances individuales y logros del grupo. Publicación de fotos y videos en redes sociales del colegio mostrando los entrenamientos y presentaciones.</p> <p>Valor Generado: Refuerza la percepción positiva del programa entre los padres. Crea un sentido de comunidad y orgullo alrededor del programa.</p>
5. Organización de Eventos y Competencias	<p>Actividad: Exhibiciones semestrales dentro del colegio para mostrar el progreso de los estudiantes. Participación en competencias locales o intercolegiales para aumentar la visibilidad del programa.</p> <p>Valor Generado: Genera prestigio para el colegio y motiva a los estudiantes al reconocer públicamente su esfuerzo. Refuerza la reputación del programa como profesional y competitivo.</p>
6. Retención y Fidelización de Estudiantes	<p>Actividad: Creación de incentivos para estudiantes destacados, como becas parciales o acceso a entrenamientos especializados. Encuestas de satisfacción para recoger opiniones y mejorar continuamente el programa.</p> <p>Valor Generado: Incrementa la lealtad de los estudiantes y padres, asegurando la continuidad del programa. Fortalece la relación del colegio con las familias. generando recomendaciones.</p>

Razones financieras

El entorno de la gimnasia rítmica en El Salvador muestra un panorama de desarrollo y consolidación, particularmente en competencias internacionales.

Este país ha logrado visibilidad a través de atletas que compiten en torneos globales y continentales

En relación con el marketing del proyecto de gimnasia rítmica en el colegio Oasis internacional School, este entorno representa oportunidades estratégicas, como aprovechar el creciente interés local por el deporte y vincularlo con eventos internacionales para generar una imagen atractiva.

Patrocinios podrían orientarse a empresas interesadas en fortalecer su presencia en actividades deportivas o educativas, capitalizando sobre la visibilidad que El Salvador está ganando en esta disciplina.

Por último, el enfoque hacia el público joven, inspirado por el éxito de las gimnastas locales, podría consolidar el interés en las escuelas, posicionando el proyecto como una cantera para futuras promesas del deporte en la región.

Enfoque social

1. Inclusión y Desarrollo Comunitario

La gimnasia rítmica es una disciplina que fomenta la inclusión, especialmente al promover la participación de niñas y jóvenes en actividades deportivas que tradicionalmente tienen menos representación femenina en ciertas regiones.

El Salvador tiene una población joven considerable, y este tipo de programas puede ser una herramienta efectiva para empoderar a las niñas a través del deporte, ayudándolas a desarrollar habilidades como disciplina, trabajo en equipo y autoestima. Además, la gimnasia rítmica puede usarse como un vehículo para integrar diferentes comunidades y fomentar la colaboración entre sectores educativos y deportivos. Por ejemplo, incluir a estudiantes de diferentes niveles socioeconómicos en actividades grupales puede promover un sentido de unidad y pertenencia.

2. Impacto en la Salud Física y Mental

La práctica de la gimnasia rítmica no solo mejora las condiciones físicas de las participantes (como flexibilidad, equilibrio y fuerza), sino que también tiene beneficios psicológicos.

Estudios muestran que el deporte reduce el estrés y la ansiedad en jóvenes, aspectos especialmente relevantes en contextos escolares donde los niveles de presión académica pueden ser altos.

El proyecto puede alinearse con campañas nacionales e internacionales que promuevan estilos de vida saludables, vinculando a gimnasia con esfuerzos más amplios de salud pública en El Salvador.

3. Rol en la Equidad de Género

En El Salvador, como en otros contextos, las iniciativas deportivas dirigidas a niñas tienen un impacto directo en la equidad de género. Al fomentar la participación femenina en el deporte, el proyecto contribuye a cerrar brechas y abrir oportunidades para que las jóvenes se desarrollen en ámbitos no tradicionales. Asociaciones con ONG que promuevan los derechos de las niñas podrían amplificar este impacto social

4. Creación de Capital Social

El proyecto podría actuar como un puente entre comunidades escolares, empresas locales y organizaciones deportivas.

Este tipo de interacción no solo genera redes sociales valiosas, sino que también crea oportunidades de colaboración futura, ya sea en forma de patrocinios, voluntariado o mentorías.

El impacto en la comunidad puede medirse no solo por la cantidad de participantes, sino también por la calidad de las conexiones establecidas y los beneficios percibidos por las familias involucradas.

5. Representación Cultural y Nacional

El Salvador tiene una rica tradición cultural que puede fusionarse con la gimnasia rítmica.

Incorporar elementos de la cultura local en las rutinas, como música tradicional o temas inspirados en la historia egipcia, no solo fomenta el orgullo nacional, sino que también posiciona a las atletas como embajadoras culturales.

Esto puede fortalecer el vínculo entre las comunidades locales y los eventos deportivos internacionales.

Enfoque Sectorial

La gimnasia rítmica en El Salvador refleja tendencias clave en el deporte, el mercado educativo y el patrocinio deportivo. A continuación, se profundiza en varios aspectos relevantes:

>Crecimiento del Deporte de Base

El interés en la gimnasia rítmica en El Salvador ha ido en aumento debido a una mayor visibilidad internacional del país en competencias.

El Salvador ha sido sede de eventos como la *Copa Panamericana de Clubes* y ha desarrollado talentos que compiten a nivel olímpico y africano, este crecimiento favorece iniciativas locales, como programas escolares, que buscan formar a futuras atletas y captar la atención de patrocinadores.

El sector deportivo en general está experimentando un auge debido a inversiones en infraestructura y programas juveniles, lo que representa una oportunidad para iniciativas escolares en disciplinas específicas como la gimnasia.

>Integración del Deporte en la Educación

El sector educativo está incorporando cada vez más programas extracurriculares como parte de un enfoque integral para el desarrollo de los estudiantes. Los colegios privados y algunos públicos están incluyendo deportes especializados para diferenciarse y atraer a más estudiantes. La gimnasia rítmica, con sus beneficios físicos y artísticos, se alinea bien con estas tendencias, ofreciendo un valor agregado tanto educativo como recreativo.

>Demanda de Programas Deportivos para Niñas

La gimnasia rítmica tiene un atractivo particular para el segmento femenino juvenil, donde aún existe una brecha significativa en la oferta deportiva. Este proyecto puede posicionarse como una opción innovadora que cubre esta demanda insatisfecha en colegios, promoviendo tanto la inclusión como la equidad de género. Además, programas enfocados en niñas suelen recibir apoyo de patrocinadores interesados en campañas de responsabilidad social empresarial (RSE), especialmente aquellas relacionadas con educación, salud y género.

>Competencia en el Sector Deportivo Escolar

Aunque la gimnasia rítmica es un deporte en crecimiento, enfrenta competencia indirecta de disciplinas más populares como el fútbol, el baloncesto o el atletismo, que tienden a atraer mayor atención y recursos. Por ello, es esencial que el programa se diferencie destacando sus aspectos artísticos, sus beneficios únicos y su potencial para competiciones locales e internacionales.

La colaboración con federaciones deportivas y asociaciones de gimnasia también puede ayudar a legitimar y fortalecer el proyecto frente a esta competencia.

>Oportunidades de Patrocinio y Financiamiento

El sector empresarial en El Salvador está mostrando interés en asociarse con iniciativas deportivas debido al crecimiento de audiencias y la exposición mediática de eventos locales e internacionales. Este proyecto puede captar la atención de patrocinadores potenciales mediante: Asociaciones con marcas de ropa deportiva, equipos o productos educativos, organización de exhibiciones y eventos competitivos que aumenten la visibilidad del patrocinador y campañas alineadas con valores sociales, como la promoción de la salud y la educación femenina.

El respaldo gubernamental al deporte también puede facilitar subvenciones o

colaboraciones en el ámbito educativo y deportivo

>Desafíos Sectoriales

El sector deportivo enfrenta ciertos desafíos en El Salvador, como la falta de instalaciones adecuadas en algunos colegios y la necesidad de entrenadores capacitados. Este proyecto deberá planificar cuidadosamente la capacitación del personal y la adquisición de equipo para garantizar un programa de alta calidad que cumpla con las expectativas de los padres y estudiantes.

Entorno competitivo

El entorno competitivo para el desarrollo de un programa de gimnasia rítmica en el colegio Oasis International School; en El Salvador está definido por varios factores clave que incluyen la oferta deportiva existente, las instituciones educativas que compiten por alumnos, y la presencia de programas extracurriculares similares. A continuación, se detalla este entorno.

1. Competencia Directa e Indirecta

En el ámbito de la gimnasia rítmica, Escuelas especializadas y clubes deportivos, Algunas academias privadas de gimnasia ya están establecidas en El Salvador, ofreciendo programas de entrenamiento enfocados en el desarrollo profesional y la competencia

Federaciones nacionales y eventos locales. La Federación Salvadoreña de Gimnasia organiza competencias y programas de desarrollo juvenil, lo que representa una alternativa para aquellos que buscan oportunidades en este deporte fuera del entorno escolar.

Otros deportes populares: Actividades como fútbol, baloncesto y atletismo dominan la oferta deportiva en colegios y clubes, lo que podría desviar la atención y los recursos disponibles para disciplinas como la gimnasia rítmica.

Actividades artísticas o culturales: Programas de música, danza o artes visuales también compiten por el tiempo y el interés de los estudiantes, especialmente entre aquellos interesados en actividades creativas.

En términos de diferenciación; Para superar la competencia, este proyecto puede destacarse mediante:

- Especialización y accesibilidad: Enfocarse en gimnasia rítmica como una disciplina única dentro de la oferta extracurricular del colegio puede atraer a familias que buscan opciones exclusivas para sus hijos.
- Competencias y exhibiciones internas: La organización de eventos y torneos dentro del colegio puede crear interés adicional y servir como herramienta de marketing.
- Formación de alianzas estratégicas: Colaborar con la Federación de Gimnasia.

Oportunidades Competitivas

Con las recientes tendencias globales: La gimnasia rítmica está ganando popularidad internacionalmente, especialmente en países donde el deporte ha recibido atención por eventos como los Juegos Olímpicos. Esto podría traducirse en un interés creciente a nivel local y regional.

En términos de segmentación de mercado: El programa puede dirigirse a segmentos específicos, como niñas en edad escolar interesadas en actividades físicas y artísticas, ofreciendo horarios flexibles o costos competitivos.

Amenazas Competitivas

- Los colegios que ya cuentan con infraestructura deportiva avanzada podrían tener una ventaja competitiva significativa. Esto exige que el proyecto desarrolle estrategias para captar a estudiantes y familias a pesar de limitaciones iniciales
- Las familias podrían percibir a la gimnasia rítmica como una actividad menos rentable en comparación con deportes más establecidos o disciplinas académicas.

Para lograr una ventaja competitiva, el proyecto debería invertir en marketing dirigido, mostrar los beneficios únicos de la gimnasia rítmica en términos de salud física, habilidades artísticas y oportunidades futuras en competencias nacionales e internacionales, así como en programas de patrocinio, atraer empresas o marcas interesadas en asociarse con un programa innovador, alineando objetivos comerciales con el empoderamiento juvenil y la promoción de la salud y por último, la integración curricular, vincular el programa de gimnasia con otros aspectos educativos, como educación física o arte, para atraer a un público más amplio

PLAN DE ACCIÓN PARA IMPLEMENTAR LA CADENA DE VALOR INTERNA.

1. Reclutamiento y Captación de Estudiantes

Objetivo

Fomentar el interés y la participación en el programa mediante estrategias de promoción y divulgación, asegurando una inscripción mínima que garantice su viabilidad, sostenibilidad y potencial expansión.

Acciones

Organización de eventos de demostración gratuitos:

Fecha y lugar: Aula deportiva o gimnasio del colegio.

Actividad: Clases prácticas para estudiantes interesados, lideradas por el entrenador principal.

Promoción: Anuncios en redes sociales del colegio, carteles en áreas comunes y comunicación directa con padres vía correo electrónico.

Campaña promocional interna:

Diseñar flyers, posters y publicaciones digitales con mensajes atractivos como:

” ¡Descubre el arte y el deporte en uno! Únete al equipo de gimnasia rítmica del colegio.”
Distribuirlos en puntos estratégicos (entrada principal, biblioteca, cafetería).

Recursos requeridos:

- Presupuesto para material publicitario y honorarios del entrenador durante las demostraciones.

Indicador de éxito:

- Inscripción de al menos 20 estudiantes en el programa inicial.

2. Diseño y Personalización del Programa

Objetivo:

Crear un programa estructurado y adaptado a las necesidades y niveles de los estudiantes.

Acciones

Segmentación por niveles:

Evaluar a los estudiantes inscritos mediante una sesión de diagnóstico inicial y Formar grupos de acuerdo con habilidades: principiantes, intermedios y avanzados.

Planificación del entrenamiento:

Diseñar un cronograma semanal con objetivos claros (técnica, flexibilidad, expresión artística). E Integrar dinámicas lúdicas y actividades grupales para fomentar la motivación.

Recursos requeridos:

- Plantillas de evaluación para diagnóstico.
- Manuales de entrenamiento y rutinas básicas.

Indicador de éxito:

- Completar un plan estructurado que cubra 12 semanas de actividades por nivel.

3. Implementación de Entrenamientos y Seguimiento

Objetivo:

Ofrecer entrenamientos de alta calidad que aseguren el progreso técnico y artístico de los estudiantes.

Acciones:

Ejecución de clases regulares:

3 sesiones por semana, de 60-90 minutos cada una. Haciendo uso de equipos como aros, pelotas, cintas y colchonetas durante las prácticas.

Seguimiento del progreso:

Implementar evaluaciones mensuales (flexibilidad, técnica y coreografía). Y registrar avances en hojas de seguimiento individuales para cada estudiante.

Recursos requeridos:

- Entrenadores calificados.
- Equipos de gimnasia rítmica y espacios adecuados.

Indicador de éxito:

- Al menos un 80% de los estudiantes debe mostrar avances significativos en las evaluaciones mensuales.

4. Comunicación Continua con Padres y Comunidad Escolar

Objetivo:

Mantener informados y motivados a los padres para que respalden el programa.

Acciones

Boletines informativos mensuales:

Crear un reporte digital con fotos y descripciones de los avances de los estudiantes e incluir testimonios de los entrenadores sobre logros destacados.

Redes sociales:

Publicar videos y fotos de los entrenamientos en las plataformas del colegio y usar hashtags relacionados para generar mayor alcance (#GimnasiaRítmicaEscolar).

Recursos requeridos:

- Diseñador gráfico o acceso a herramientas digitales como Canva.
- Equipo fotográfico o móvil de buena calidad.

Indicador de éxito:

- Incremento de interacciones (likes, comentarios, shares) en publicaciones relacionadas al programa.

5. Organización de Eventos y Competencias

Objetivo:

Mostrar el talento y progreso del programa a través de presentaciones públicas.

Acciones

Exhibición semestral interna:

Organizar un evento en el colegio para que los estudiantes demuestren sus avances e incluir rutinas grupales y coreografías individuales.

Participación en competencias externas:

Identificar torneos o encuentros locales de gimnasia rítmica para inscribir al equipo del colegio y coordinar la logística para el evento.

Recursos requeridos:

- Presupuesto para uniformes y transporte en competencias.
- Coordinación con padres para apoyo logístico.

Indicador de éxito:

- Participación de al menos un grupo del programa en un evento externo en el primer año.

6. Retención y Fidelización de Estudiantes

Objetivo:

Mantener a los estudiantes inscritos y motivar recomendaciones a otros interesados.

Acciones

Incentivos para estudiantes:

Reconocimientos al final de cada semestre (medallas, diplomas, menciones especiales) y Ofrecer clases especializadas o talleres exclusivos para estudiantes avanzados.

Encuestas de satisfacción:

Realizar evaluaciones trimestrales para conocer opiniones de estudiantes y padres e implementar mejoras basadas en los comentarios recibidos.

Recursos requeridos:

- Presupuesto para premios y reconocimientos.
- Formulario digital o físico para las encuestas.

Indicador de éxito:

- Tasa de retención anual superior al 70% de los estudiantes inscritos.

CRONOGRAMA GENERAL DE IMPLEMENTACIÓN

Etapa	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Reclutamiento y Captación	✓	✓				
Diseño y Personalización del Programa	✓	✓				
Implementación de Entrenamientos		✓	✓	✓	✓	✓
Comunicación con Padres		✓	✓	✓	✓	✓
Organización de Eventos				✓		✓
Retención y Fidelización			✓			✓

PRESUPUESTO DETALLADO PARA EL PROGRMA DE GIMNASIA RITMICA

	Actividd	Producto	Costo estimado
Publicidad y Promoción	Diseño de materiales publicitarios (digitales y físicos)	Flyers, posters y banners. Herramientas: Canva Pro, impresión local.	\$100
	Promoción en redes sociales	Campañas en Facebook/Instagram (segmentación local) (anuncios pagados).	\$50
	Eventos de demostración	Honorarios del entrenador (1 sesión de 2 horas) y Snacks y agua para asistentes.	\$150
	Total		\$300

	Equipos básicos, Colchonetas o tapetes y Uniformes	Cantidad	Precio c/u	Sub total
Equipamiento Deportivo	Aros de gimnasia rítmica	10	\$15	\$150
	Cintas con varilla	10	\$12	\$120
	Pelotas	5	\$20	\$100
	Cuerdas	5	\$20	\$100
	Colchonetas deportivas estándar	2	\$100	\$100
	Leotardos personalizados	20	\$30	\$600
	Total			\$1,170

Entrenadores y Personal	Contratación de entrenador certificado:	Sesiones mensuales	Costo por clase	Pago mensual	Ttotal semestre
	Honorarios por clase	8	30	\$240	\$1,440
	Personal de apoyo (coordinación y logística)			\$100	\$600
	Total			\$340	\$2,040

Organización de Eventos y Competencias	Equipo extra y Competencia	Costo por evento	Semeste
	Alquiler de equipo de sonido.	\$200	\$400
	Inscripción al torneo	\$50	\$50
	Transporte y viáticos	\$100	\$100
	Total		\$550

Administración y Otros Gastos	Herramientas digitales y materiales administrativos	Costo mensual	Costo semestre
	Licencia Canva Pro	\$15	\$90
	Formatos impresos, evaluaciones, encuestas	\$10	\$60
	Total	\$25	\$150

Presupuesto General Resumido	Costo Estimado (USD)
Publicidad y Promoción	\$300
Equipamiento Deportivo	\$300
Entrenadores y Personal	\$600
Organización de Eventos	\$1,200
Administración y Otros	\$1,800
Total, General	\$4,200

Fuentes de Ingresos	Cobro semestral por estudiante	Inscripción inicial 20 estudiantes	Estimado en patrocinios y alianzas	Venta de boletos para exhibiciones interna (\$5 USD/entrada x 100 asistentes) 2 eventos	Total, Estimado
	\$250	\$5,000	\$500	\$1,000	\$6,500

Ingreso estimado	\$6,500
Gasto Total Estimado	\$4,200
Margen de Utilidad Aproximado	\$2,300

Conclusión

El proyecto es financieramente viable y sostenible desde el primer semestre. Los excedentes generados pueden reinvertirse en:

- Ampliación del programa (nuevos niveles o clases).
- Mejora de instalaciones o compra de equipamiento avanzado.
- Reducción de costos futuros mediante alianzas estratégicas.

REFERENCIAS

1. Estrategias para asegurar patrocinios
Fundamentos del patrocinio deportivo: Basados en principios de marketing y relaciones públicas, como se detalla en textos como “Marketing Deportivo” de Philip Kotler y Kevin Keller, adaptados al ámbito escolar.
Propuestas de valor para patrocinadores: Inspiradas en plantillas de diseño de propuestas comerciales y estrategias de branding. Herramientas como Canva y guías sobre cómo atraer patrocinadores publicadas por asociaciones deportivas.
2. Metodología CANVAS
Basada en el modelo Business Model Canvas desarrollado por Alexander Osterwalder en su libro “Business Model Generation”, ajustado para aplicaciones en proyectos educativos y deportivos.
3. Análisis FODA y 5 fuerzas de Porter
Los fundamentos del análisis FODA provienen de herramientas estándar de gestión estratégica, basadas en “Exploring Strategy” de Johnson, Scholes y Whittington.
Las 5 fuerzas de Porter fueron adaptadas del modelo original desarrollado por Michael E. Porter en “Competitive Strategy” y contextualizadas para proyectos escolares.
4. Cadena de Valor
Basada en la metodología de Value Chain Analysis desarrollada por Michael Porter en “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”, adaptada al desarrollo de programas deportivos.
5. Presupuesto
Las estimaciones de costos para equipamiento y uniformes fueron basadas en precios promedio de materiales deportivos disponibles en tiendas como Decathlon y Amazon.
Los costos de publicidad y personal fueron ajustados según estándares observados en proyectos escolares publicados en informes de organizaciones como Global Sports Development.
6. Fuentes adicionales e inspiración
Herramientas prácticas como Canva para el diseño de propuestas visuales.
Estrategias de redes sociales adaptadas de publicaciones de Hootsuite y HubSpot sobre marketing en redes.
Informes sobre el impacto de los programas deportivos en colegios, disponibles en recursos educativos como Education and Sports Alliance

MÓDULO

II

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



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

MÓDULO II

ENCARGADO DEL CURSO

M. Sc. Boris Evert Iraheta

ESTUDIANTE

Jehisel Estenia Villalta Hernandez

Formulario para el Proyecto de Gimnasia Rítmica

Cuestionario de Evaluación de Satisfacción

Este cuestionario está diseñado para evaluar la satisfacción de padres y alumnas con el programa de gimnasia rítmica. Sus respuestas son valiosas para mejorar y fortalecer el proyecto.

(Los resultados de este cuestionario serán totalmente confidenciales y no se harán del conocimiento público)

DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

TERCERO A QUINTO GRADO	<i>Tercero = 2 Cuarto =2 Quinto =6</i>
PADRES DE FAMILIA DE LAS NIÑAS DE PRIMERO Y SEGUNDO GRADO	<i>primero y segundo grado = 10</i>
RANGOS DE EDAD	<i>8 a 11 años = 10 personas (50% del total de encuestados) 18 años en adelante = 10 personas (50% del total de encuestados) TOTAL = 30 personas (100% de encuestados)</i>

Preguntas de Opción Múltiple

Indicaciones: Marque con una **X** la respuesta que considere

- a) Satisfactorio
- b) Bueno
- c) Muy bueno
- d) Excelente

La encuesta se dividirá en dos partes:

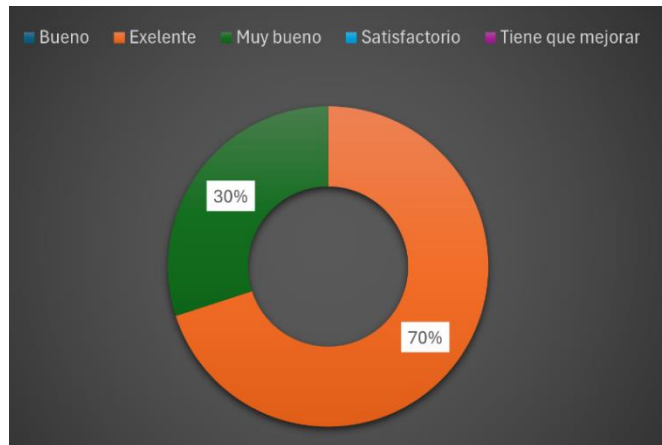
1. Resultado de los niños con la edad establecida de la encuesta de la pregunta 1 a la 10
2. Resultado de padres, madres, encargados de las niñas de primero y segundo grado, de la pregunta 11 a la 20

Parte I

La cantidad de personas encuestadas en la parte uno es un total de 10 padres de familia o responsables.

Pregunta 1. ¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON EL PROGRAMA DE GIMNASIA RÍTMICA EN GENERAL?

- 70% Muy Bueno: La mayoría de los participantes considera que el programa es muy bueno en términos generales, lo que refleja una percepción positiva.
- 30% De Acuerdo: Existe un grupo más pequeño que está satisfecho, pero no alcanza el nivel de “Muy Bueno”, lo que indica áreas potenciales para mejorar.



Pregunta 2. ¿CÓMO CALIFICARÍAS LA PROBABILIDAD DE RECOMENDAR ESTE PROGRAMA A OTROS PADRES O ESTUDIANTES?

- 40% Excelente / 40% Muy Bueno: Ocho de cada diez personas están altamente dispuestas a recomendar el programa, destacando una buena reputación y confianza en su calidad.
- 20% Bueno: Un porcentaje menor aún considera positivo el programa, pero sugiere que podría haber mejoras para lograr recomendaciones más entusiastas.



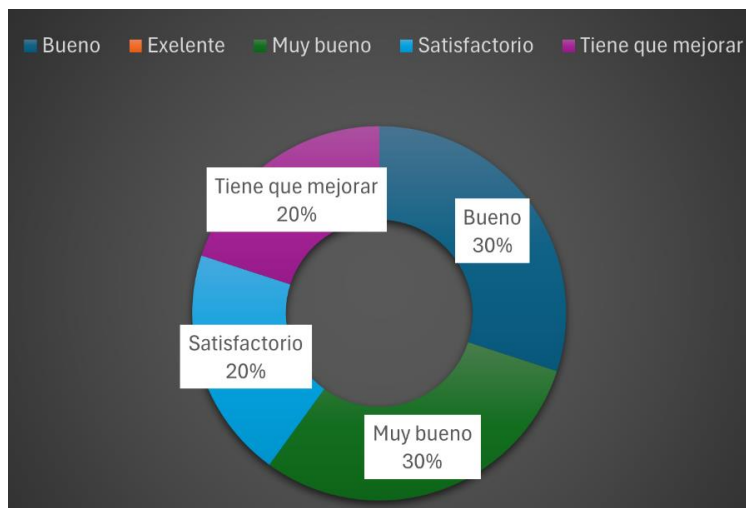
PREGUNTA 3 ¿CÓMO EVALÚA LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA IMPARTIDA POR LOS ENTRENADORES?

- 40% Muy Bueno: La mayoría percibe positivamente la enseñanza, valorándola como de alta calidad.
- 30% Bueno: Algunos consideran que hay margen para mejorar la enseñanza.
- 20% Satisfactorio / 10% Bueno: Hay un porcentaje significativo que evalúa la enseñanza como promedio, lo que podrí requerir ajustes o formación adicional para los entrenadores



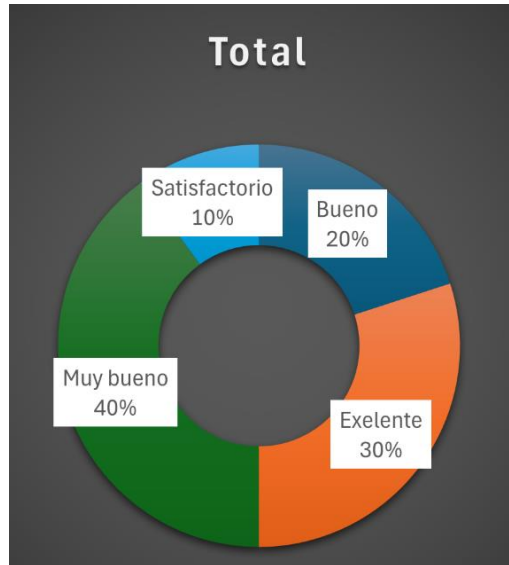
PREGUNTA 4. ¿QUÉ TAN ADECUADA CONSIDERA LA INFRAESTRUCTURA Y EL EQUIPAMIENTO UTILIZADO DURANTE LAS SESIONES?

- 30% Muy Bueno / 30% Bueno: Aunque más de la mitad evalúa positivamente la infraestructura, hay una distribución equilibrada entre estas dos categorías.
- 20% Satisfactorio / 20% Tiene que Mejorar: Este dato resalta una necesidad clara de invertir en infraestructura y equipamiento para satisfacer mejor las expectativas.



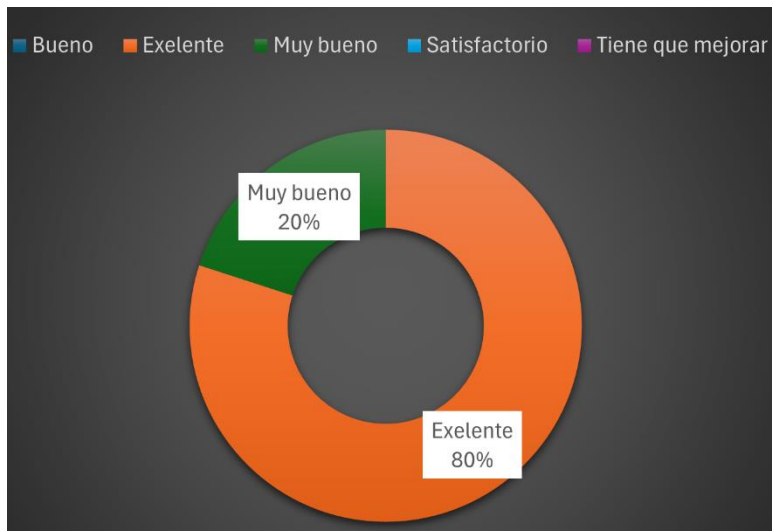
PREGUNTA 5. ¿CÓMO EVALÚA LA CLARIDAD Y PUNTUALIDAD DE LA COMUNICACIÓN SOBRE HORARIOS, EVENTOS Y ACTIVIDADES?

- 40% Muy Bueno / 30% Excelente: Más del 70% de los participantes consideran que la comunicación es positiva o sobresaliente, lo cual es un punto fuerte.
- 20% Bueno / 10% Satisfactorio: Aún queda una minoría que percibe áreas de mejora en la claridad o puntualidad de las comunicaciones.



PREGUNTA 6. ¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON LAS MEJORAS FÍSICAS Y ARTÍSTICAS OBSERVADAS EN SU HIJA?

- 80% Excelente: La mayoría de los padres está extremadamente satisfecha con los resultados físicos y artísticos obtenidos.
- 20% Muy Bueno: Un pequeño grupo también tiene una percepción positiva, aunque no llega al nivel máximo de satisfacción.



PREGUNTA 7. ¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON EL IMPACTO DEL PROGRAMA EN LA CONFIANZA Y DISCIPLINA DE SU HIJA?

- 70% Excelente: La confianza y la disciplina son áreas destacadas del programa, con una alta satisfacción.
- 20% Muy Bueno / 10% Bueno: Un pequeño grupo tiene percepciones algo menos favorables, pero aún positivas.



PREGUNTA 8. ¿CÓMO EVALÚA LA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO DEL PROGRAMA?

- 90% Excelente: La percepción del valor del programa es altamente positiva, lo que indica que los padres creen que el costo está bien justificado.
- 10% Muy Bueno: Un pequeño porcentaje considera que la relación calidad-precio podría mejorar ligeramente.



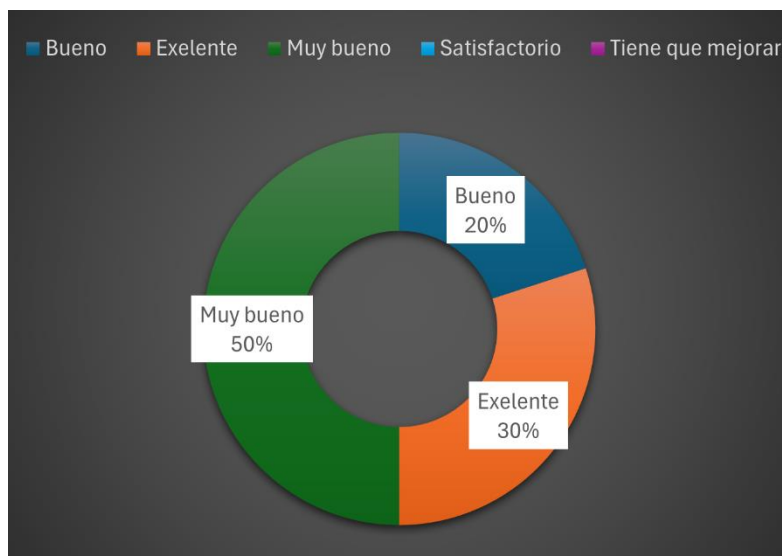
PREGUNTA 9. ¿QUÉ TAN BIEN CONSIDERA QUE LAS ACTIVIDADES OFRECIDAS CUMPLEN CON SUS EXPECTATIVAS INICIALES?

- 90% Excelente: Este resultado demuestra que el programa supera ampliamente las expectativas iniciales.
- 10% Muy Bueno: Aunque es minoría, algunos padres consideran que aún hay espacio para ajustar ciertas actividades.



PREGUNTA 10. ¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA IMPLEMENTADAS HASTA EL MOMENTO?

- 50% Muy Bueno: La mitad considera que las mejoras realizadas hasta ahora han sido positivas.
- 30% Excelente: Un porcentaje menor percibe estas mejoras como sobresalientes.
- 20% Bueno: Algunos sienten que aún hay margen para implementar más mejoras.



Análisis de Resultados

Conclusión General

En términos generales, el programa tiene una evaluación altamente positiva. Las áreas mejor valoradas incluyen la relación calidad-precio, las mejoras físicas y artísticas observadas, y el impacto en la confianza y disciplina de las niñas. Sin embargo, hay aspectos como la infraestructura, el equipamiento, y la percepción de la enseñanza que podrían beneficiarse de ajustes para elevar el nivel de satisfacción.

El análisis de las respuestas muestra que el programa de gimnasia rítmica tiene un desempeño sólido en varios aspectos clave, con una percepción mayoritariamente positiva por parte de los padres y estudiantes. A continuación, se detallan las fortalezas y áreas de mejora identificadas:

Fortalezas Destacadas

1. Relación calidad-precio (Pregunta 8):
 - Con un 90% de respuestas “Excelente”, este aspecto es el mejor evaluado del programa. Esto sugiere que los padres perciben que el costo del programa está totalmente justificado en relación con los beneficios obtenidos.
 - La alta satisfacción en este ámbito refuerza la fidelización de las familias y posiciona al programa como una opción competitiva frente a alternativas.
2. Resultados físicos y artísticos (Pregunta 6):
 - 80% calificó como “Excelente” los progresos físicos y artísticos observados en sus hijas, indicando que los objetivos principales del programa se están cumpliendo de manera sobresaliente. Esto es crucial, ya que los resultados tangibles son uno de los principales motivos para elegir este tipo de actividades.
3. Impacto en la confianza y disciplina (Pregunta 7):
 - 70% lo considera “Excelente”, y otro 20% “Muy Bueno”. Esto refuerza la percepción de que el programa no solo mejora las habilidades técnicas, sino también el desarrollo personal de las niñas, un valor agregado muy apreciado por las familias.
4. Cumplimiento de expectativas iniciales (Pregunta 9):
 - El 90% de respuestas “Excelente” en este punto refleja que las actividades no solo cumplen, sino que superan las expectativas de la mayoría de los participantes. Esto genera confianza y fortalece la reputación del programa.

Áreas de Mejora Identificadas

1. Infraestructura y equipamiento (Pregunta 4):
 - Aunque el 60% (30% “Muy Bueno” y 30% “Bueno”) tiene una opinión favorable, un 40% restante considera que este aspecto es “Satisfactorio” o “Tiene que mejorar”. Esto evidencia una necesidad concreta de inversión en instalaciones y equipamiento, que podría influir significativamente en la percepción global del programa.

2. Calidad de la enseñanza (Pregunta 3):
 - Aunque un 40% la evalúa como “Muy Buena”, un 30% opina que es solo “Buena” y un 20% la considera “Satisfactoria”. Esto indica que la metodología, el enfoque técnico o incluso la interacción de los entrenadores podría beneficiarse de ajustes.
 - Implementar formación continua para los entrenadores y evaluar regularmente las técnicas pedagógicas podrían elevar estos resultados.
3. Comunicación sobre horarios y eventos (Pregunta 5):
 - Si bien el 70% califica este aspecto entre “Muy Bueno” y “Excelente”, un 30% restante percibe áreas de mejora. La puntualidad, claridad en la información y canales de comunicación podrían ajustarse para garantizar que los padres reciban información de manera oportuna y comprensible.
4. Oportunidades de mejora implementadas (Pregunta 10):
 - Aunque el 50% lo califica como “Muy Bueno”, un 20% lo considera “Bueno” y 30% “Excelente”, lo que sugiere que algunos participantes esperan ver cambios más significativos o visibles en la evolución del programa.

Visión Estratégica

Para consolidar los buenos resultados y abordar las áreas menos favorecidas, el programa podría beneficiarse de acciones estratégicas como:

1. Mejorar la infraestructura: Renovar o ampliar los espacios de entrenamiento y actualizar el equipamiento. Esto no solo elevará la percepción del programa, sino que también podría justificar futuros ajustes en la matrícula.
2. Capacitar a los entrenadores: Ofrecer formación continua para mejorar tanto las técnicas de enseñanza como la comunicación con los estudiantes y los padres, reforzar aspectos de trato personal y motivación para elevar las calificaciones de satisfacción.
3. Fortalecer la comunicación: Implementar herramientas como aplicaciones móviles o grupos de mensajería organizados para informar sobre horarios, eventos y actividades, lo que mejorará la experiencia de los padres.
4. Reforzar las mejoras observables: Comunicar claramente los cambios implementados y los resultados obtenidos, de modo que los padres perciban que sus comentarios son tomados en cuenta.

Resumen Final

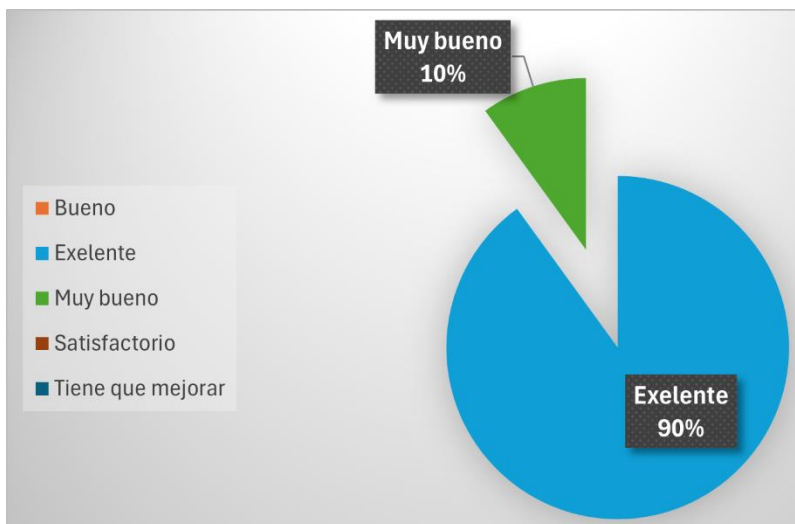
El programa tiene un alto nivel de aceptación y confianza, con resultados sobresalientes en aspectos como la relación calidad-precio, el impacto en la confianza de las niñas y los avances técnicos. Sin embargo, atender las áreas de mejora relacionadas con infraestructura, comunicación y enseñanza podría elevar aún más la satisfacción general y garantizar una experiencia aún más positiva para todos los involucrados.

Parte 2

La cantidad de personas encuestadas en la parte dos son alumnas de tercero a quinto.

PREGUNTA 1. ¿QUÉ TAN DIVERTIDA ENCUENTRAS LA PRÁCTICA DE GIMNASIA RÍTMICA?

10% Muy bueno
90% Excelente



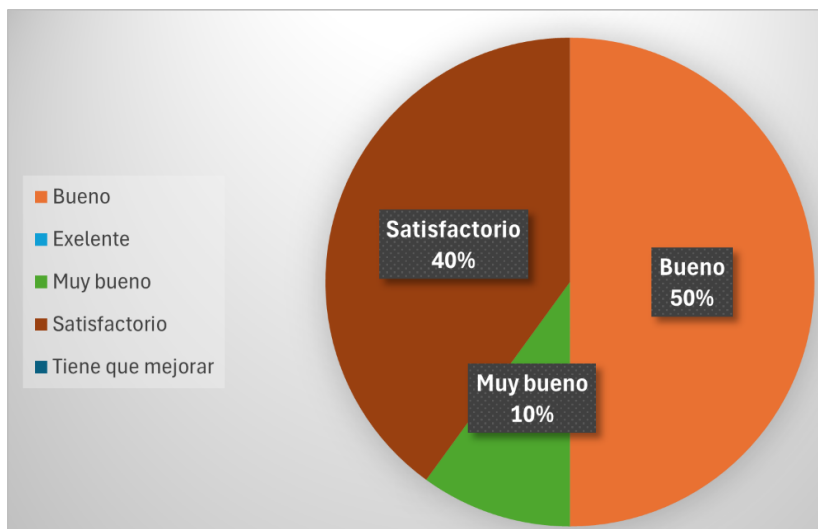
PREGUNTA 2. ¿QUÉ TAN CÓMODA TE SIENTES CON LOS ENTRENADORES DURANTE LAS SESIONES?

20% Muy bueno
80% Excelente



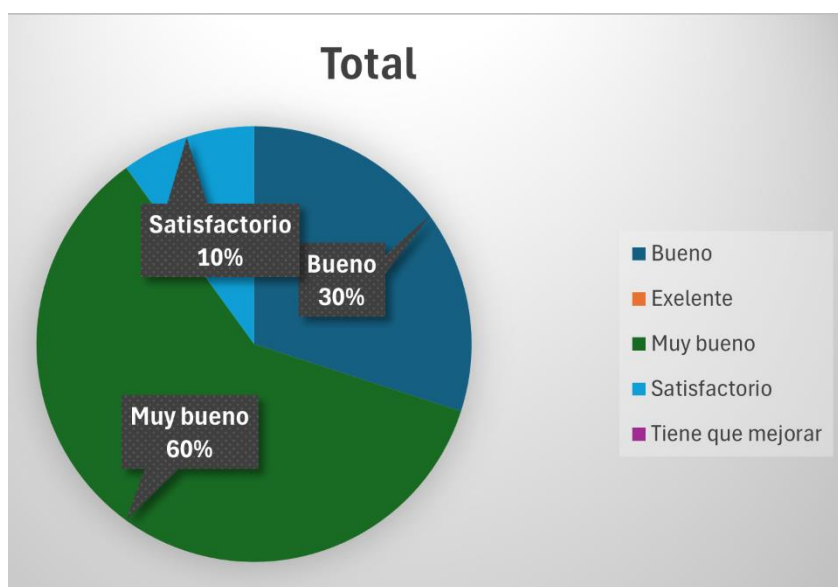
PREGUNTA 3. ¿QUÉ TAN SATISFECHA ESTÁS CON EL EQUIPO Y MATERIAL QUE SE USA EN LAS ACTIVIDADES?

50% bueno
40% Satisfactorio
10% muy bueno



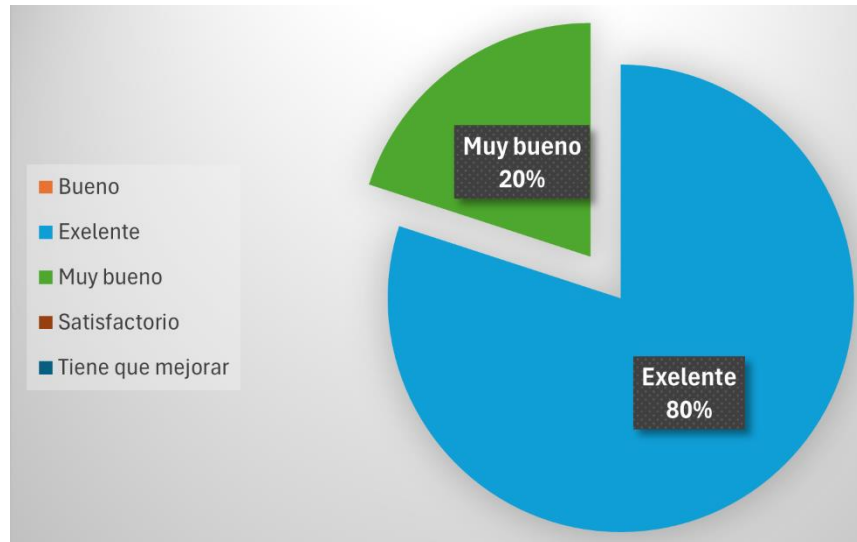
PREGUNTA 4. ¿QUÉ TAN CLARAS ENTIENDES LAS INSTRUCCIONES Y EJERCICIOS DURANTE LAS CLASES?

60% Muy bueno
30% Bueno
10% Satisfactorio



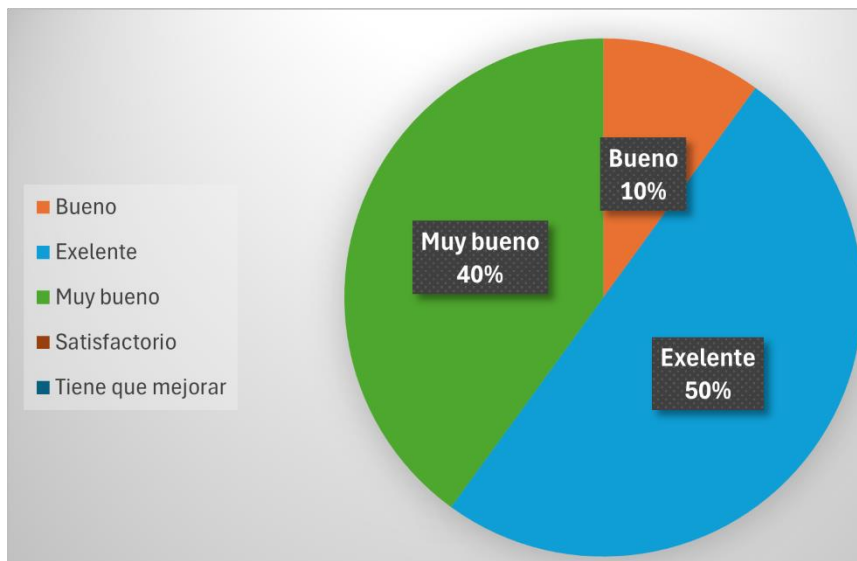
PREGUNTA 5. ¿QUÉ TAN MOTIVADA TE SIENTES PARA SEGUIR PRACTICANDO GIMNASIA RÍTMICA?

80% Excelente
20% Muy bueno



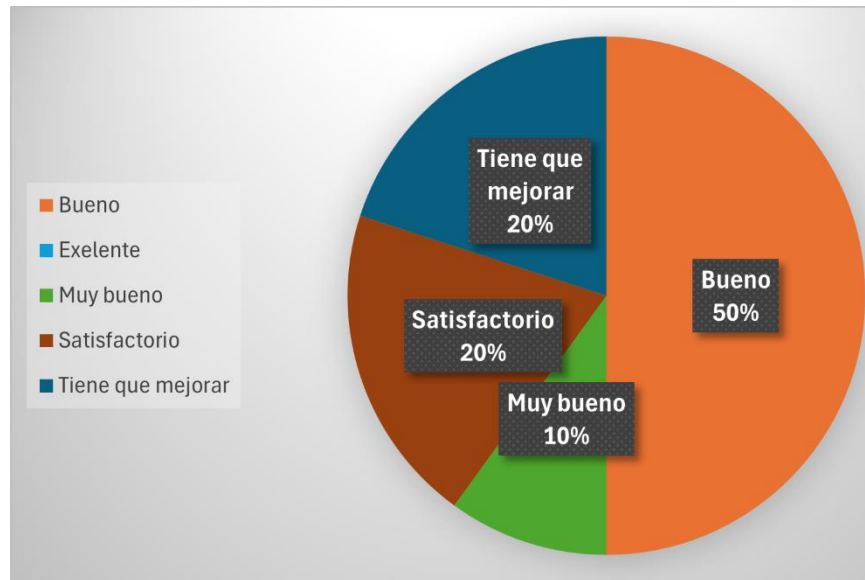
PREGUNTA 6. ¿QUÉ TAN SATISFECHA ESTÁS CON LOS PROGRESOS QUE HAS LOGRADO HASTA AHORA?

50% Excelente
40% Muy bueno
10% Bueno



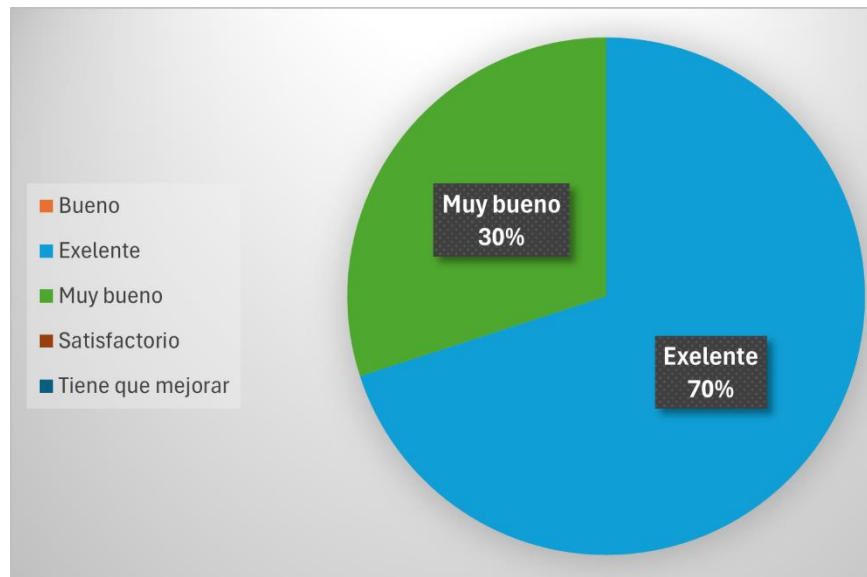
PREGUNTA 7. ¿QUÉ TAN BIEN CONSIDERAS QUE SE ORGANIZAN LAS ACTIVIDADES Y LOS HORARIOS?

10% Muy bueno
50% Buenos
20% Satisfactorio
20% Tiene que mejorar



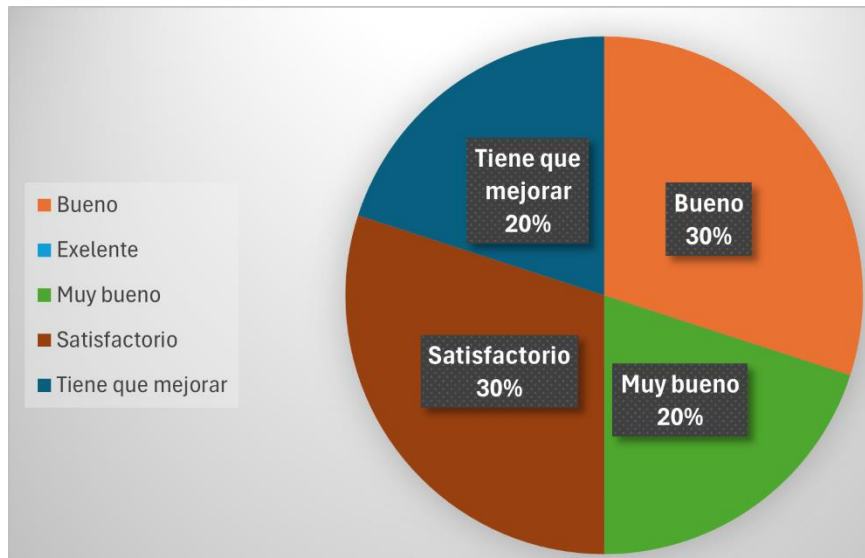
PREGUNTA 8. ¿QUÉ TAN APOYADA TE SIENTES EN TUS METAS PERSONALES DENTRO DEL PROGRAMA?

70% Excelente
30% Muy bueno



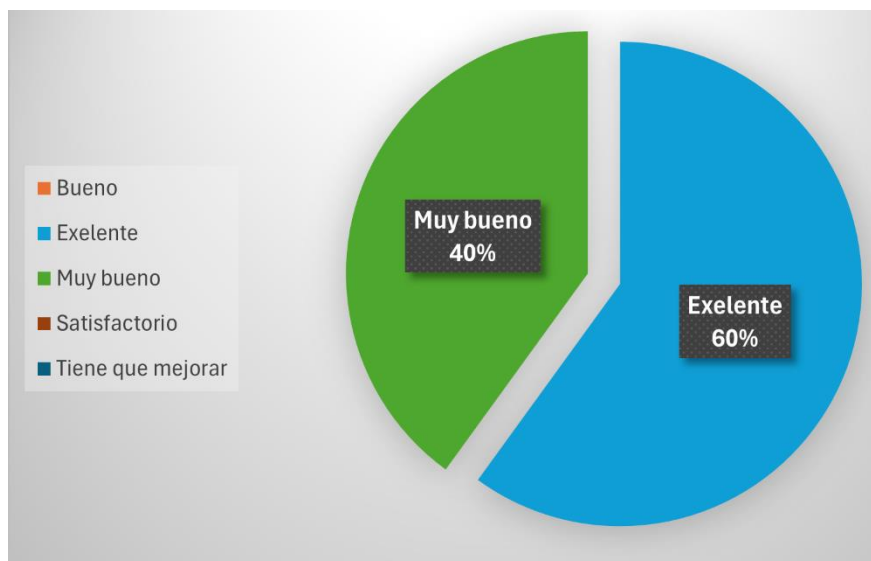
PREGUNTA 9. ¿QUÉ TAN CÓMODA TE SIENTES EN LAS INSTALACIONES DONDE PRACTICAS GIMNASIA RÍTMICA?

20% Tiene que mejorar
30% Satisfactorio
30% Bueno
20% muy bueno



PREGUNTA 10. ¿QUÉ TAN PROBABLE ES QUE INVITES A UNA AMIGA A UNIRSE AL PROGRAMA?

60% Excelente
40% Muy bueno



Análisis de Resultados

Pregunta 1: ¿Qué tan divertida encuentras la práctica de gimnasia rítmica?

- 10% Muy Bueno / 90% Excelente:

La práctica es percibida como altamente divertida por casi todos los participantes. Este resultado demuestra que el programa logra mantener un enfoque atractivo, esencial para la motivación y la continuidad de los estudiantes.

Pregunta 2: ¿Qué tan cómoda te sientes con los entrenadores durante las sesiones?

- 20% Muy Bueno / 80% Excelente:

La mayoría de los participantes confía plenamente en los entrenadores y se sienten cómodos con ellos, lo que es crucial para un ambiente positivo y seguro durante el aprendizaje.

Pregunta 3: ¿Qué tan satisfecha estás con el equipo y material que se usa en las actividades?

- 50% Bueno / 40% Satisfactorio / 10% Muy Bueno:

Aquí se evidencia un área de mejora significativa. Aunque la mayoría califica el equipo como “Bueno” o “Satisfactorio”, solo un 10% lo valora como “Muy Bueno”. Esto indica que el material podría estar desactualizado o no ser suficiente para satisfacer las expectativas.

Pregunta 4: ¿Qué tan claras entiendes las instrucciones y ejercicios durante las clases?

- 60% Muy Bueno / 30% Bueno / 10% Satisfactorio:

Aunque una mayoría significativa considera que las instrucciones son claras, el 10% restante encuentra dificultades para comprenderlas. Esto podría mejorarse mediante ajustes en la comunicación o demostraciones más visuales.

Pregunta 5: ¿Qué tan motivada te sientes para seguir practicando gimnasia rítmica?

- 80% Excelente / 20% Muy Bueno:

Este resultado es altamente positivo, ya que demuestra que la motivación es uno de los pilares del programa. Los participantes están entusiasmados por continuar, lo que refuerza el éxito del enfoque y los métodos empleados.

Pregunta 6: ¿Qué tan satisfecha estás con los progresos que has logrado hasta ahora?

- 50% Excelente / 40% Muy Bueno / 10% Bueno:

La satisfacción con los avances es alta, con el 90% de las respuestas en las dos categorías más altas. Sin embargo, un 10% califica sus progresos como “Buenos”, lo que podría reflejar la necesidad de más apoyo personalizado para algunos participantes.

Pregunta 7: ¿Qué tan bien consideras que se organizan las actividades y los horarios?

- 10% Muy Bueno / 50% Bueno / 20% Satisfactorio / 20% Tiene que mejorar:

La organización es un área con notable margen de mejora. Un 40% de los participantes opina que es “Satisfactoria” o necesita ajustes. Revisar la planificación y la comunicación sobre los horarios podría mejorar la percepción en este aspecto.

Pregunta 8: ¿Qué tan apoyada te sientes en tus metas personales dentro del programa?

- 70% Excelente / 30% Muy Bueno:

Este resultado destaca como una fortaleza del programa. Los participantes se sienten respaldados en sus objetivos, lo que fomenta un vínculo positivo entre los estudiantes y el programa.

Pregunta 9: ¿Qué tan cómoda te sientes en las instalaciones donde practicas gimnasia rítmica?

- 20% Tiene que mejorar / 30% Satisfactorio / 30% Bueno / 20% Muy Bueno:

La comodidad en las instalaciones es un aspecto crítico con evaluaciones divididas. Un 50% considera que está por debajo de “Muy Bueno”, lo que sugiere una necesidad urgente de mejorar las condiciones físicas y ambientales del espacio.

Pregunta 10: ¿Qué tan probable es que invites a una amiga a unirse al programa?

- 60% Excelente / 40% Muy Bueno:

Este resultado refleja que los participantes tienen una buena percepción del programa y están dispuestos a recomendarlo. Esto es un indicador de satisfacción general y confianza en la calidad del servicio.

Conclusión General

El programa tiene fortalezas significativas, como la percepción de diversión, la comodidad con los entrenadores, el apoyo en metas personales y la motivación para continuar. Sin embargo, emergen áreas de mejora concretas que podrían impactar positivamente la experiencia de los participantes:

1. Infraestructura y material: Las respuestas reflejan insatisfacción en la comodidad de las instalaciones y el equipo utilizado. Invertir en mejoras visibles fortalecería la percepción general del programa.
2. Organización y horarios: La planificación de actividades y la comunicación de los horarios requieren atención para reducir las opiniones menos favorables.
3. Claridad en instrucciones: Aunque la mayoría entiende bien las indicaciones, es importante garantizar que todos los participantes reciban explicaciones claras, utilizando métodos más variados si es necesario.
4. Apoyo personalizado: Si bien los progresos son altamente valorados, un enfoque individualizado podría ayudar a aquellos que sienten que su avance es limitado.

En general, tiene una base sólida, pero atender estas áreas de mejora garantizará un aumento en la satisfacción global y consolidará su reputación positiva entre los participantes.

MÓDULO

III

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



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

MÓDULO III

ENCARGADO DEL CURSO

M. Sc. Boris Evert Iraheta

ESTUDIANTE

Jehisel Estenia Villalta Hernandez

DATOS DE OASIS INTERNATIONAL SCHOOL

DATOS DE CONTACTO DE OASIS INTERNATIONAL SCHOOL	
Sector de actividad	Colonia Escalón
N° de empleados	20
Teléfono	(+503) 22405543
Fecha	Noviembre de 2023
Hora de inicio	Desde las 10.30 am hasta las 6:30 pm

<i>PERSONAL DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA</i>	
Número total de empleados fijos en la división atlética	3
Número de empleados eventuales	117
<i>Su distribución es la siguiente:</i>	
Dirección deportiva	
Dirección de educación y cultura	
Dirección Psicosocial	
<i>Número de personal trabajando en la división atlética</i>	
Junta directiva	8
Dirección General	1
Dirección Ejecutiva	1
Directores de área	3
Subdirectores de área	3
Gerencia de Recursos Humanos y comunicaciones	2
Gerencia gestión de proyectos	1
Sub-Gerencia de comunicaciones	1
Contador	1
Auditor externo	1
Coordinadores	14

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto al ENFOQUE DEL CONOCIMIENTO DE DATOS DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	-----------------	-------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 1: ENFOQUE SOBRE EL CONOCIMIENTO GENERAL DE LA DIVISION ATLETICA**

1.1 Tiene conocimiento de la misión, visión y valores de la división atlética	1	2	3	4	5
1.2 La división atlética tiene definida en la pared por escrito su Visión, su misión y valores	1	2	3	4	5
1.3 La misión y la visión de la división atlética están enfocadas hacia la satisfacción de los beneficiarios.	1	2	3	4	5
1.4 El esquema de los valores escritos en los documentos de la división atlética van entrelazados con los beneficiarios, administrativos, voluntarios y demás	1	2	3	4	5
1.5 El personal interno: directiva, gerencia y demás se implican activamente en la defensa y transmisión de esos valores frente a las presiones internas y externas, y se ha recurrido a ellos cuando ha habido que tomar decisiones importantes en la división atlética.	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a las ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN DE LA DIVISION ATLETICA

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente deacuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	--------------------	------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 2: ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE LA DIVISION ATLETICA**

2.1 Tiene conocimiento de los objetivos, estrategias del área en la que labora. 1 2 3 4 5

2.2 Para la definición de los objetivos y estrategias en los proyectos se analizaron indicadores de previsiones como: demográficas, político, económicos, sociales y estructurales. 1 2 3 4 5

2.3 La elaboración del proyecto general es futuro de la organización, como oportunidades de expansión a nivel nacional; estas están documentadas en los planes estratégicos individualizados por dirección. 1 2 3 4 5

2.4 La gerencia de proyectos realiza análisis de la DIVISIÓN ATLÉTICA y su distribución en cuanto a recursos humanos, materiales, presupuestos, sectores comunales y lugares públicos. 1 2 3 4 5

2.5 Se está trabajando acorde al proyecto general en base a los parámetros para desarrollar cada actividad. 1 2 3 4 5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a la CALIDAD DEL PERSONAL EN LAS ÁREAS INTERNAS Y EXTERNAS DE LA DIVISION ATLETICA

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente deacuerdo
-----------------------------	--------------------	------------------	--------------------	------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 3: CALIDAD DEL PERSONAL EN LAS ÁREAS INTERNAS Y EXTERNAS DE LA DIVISION ATLETICA**

3.1 conoce las diferentes áreas internas administrativas que maneja la división atlética	1	2	3	4	5
3.2 El personal del área interna demuestra capacidad en el manejo de información y su distribución en general hacia los demás	1	2	3	4	5
3.3 El personal interno de la división atlética son aptos para ejecutar el desarrollo laboral asignado.	1	2	3	4	5
3.4 El personal encargado de las áreas internas tiene conocimiento y visitan las zonas donde se trabaja diariamente.	1	2	3	4	5
3.5 El personal encargado de las áreas internas es atenta con los beneficiarios, padres o responsables.	1	2	3	4	5
3.6 El personal interno de la división atlética cumple y hacen ver su trabajo.	1	2	3	4	5
3.7 El personal de las áreas externas de la división atlética cumple y hacen ver un buen trabajo en el campo laboral	1	2	3	4	5
3.8 El personal del área externo es atenta con los beneficiarios, padres o Responsables.	1	2	3	4	5
3.9 La cantidad de personal en el área externa es suficiente y capaz de cubrir cada una de las actividades que tiene la división atlética	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a las ALIANZAS Y RECURSOS DE LA DIVISION ATLETICA.

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	-----------------	-------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 4:** ALIANZAS Y RECURSOS DE LA DIVISION ATLETICA

4.1 Tiene conocimiento sobre las entidades que trabajan de la mano con la división atlética.	1	2	3	4	5
4.2 Las entidades relacionadas a la división atlética, demuestran importancia hacia el desarrollo de actividades.	1	2	3	4	5
4.3 El apoyo de las entidades dentro de la división atlética es visibles	1	2	3	4	5
4.4 Conoce cada una de las diferentes entidades con las que se trabaja y sus aportaciones hacia la división atlética.	1	2	3	4	5
4.5 Los recursos que ha obtenido la división atlética han sido de vital ayuda para desarrollar y mejorar las actividades del proyecto general	1	2	3	4	5
4.6 Los recursos que maneja la división atlética son suficientes para el trabajo que se ha estado elaborando en este tiempo	1	2	3	4	5
4.7 La distribución de materiales y recursos en las diferentes direcciones con las que se trabaja se ha hecho con un buen balance	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a la GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	-----------------------	------------------	-----------------	-------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 5: GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE LA DIVISION ATLETICA**

5.1 Conoce la información del proyecto general de la división atlética.	1	2	3	4	5
5.2 Se trabaja según lo establecido en el proyecto general de acuerdo con los estudios y recolección de datos que se realizó anteriormente.	1	2	3	4	5
5.3 Las actualizaciones de información general se hacen saber por medio de reuniones u otra vía de comunicación	1	2	3	4	5
5.4 Realizan actualizaciones de información de las direcciones constantemente	1	2	3	4	5
5.5 Cada desarrollo de actividades están establecidas en el proyecto general y su correcta ejecución.	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a la SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	--------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 7: SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS**

7.1 Los beneficiarios muestran el interés con el servicio que se les brinda	1	2	3	4	5
7.2 Los padres o encargados se hacen presente en alguna actividad	1	2	3	4	5
7.3 Los beneficiarios participan en todas o la mayoría de las actividades que se desarrollan en el día	1	2	3	4	5
7.4 Ha habido cambios positivos visibles en los beneficiarios	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a DIRECCIÓN PUBLICITARIA Y SUS COLABORADORES

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	--------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

➤ **DIMENSIÓN 8: DIRECCIÓN PUBLICITARIA Y SUS COLABORADORES**

8.1 Las publicaciones de fotografías, videos, entrevistas o reportajes que se toman diariamente se hacen notar en las redes sociales	1	2	3	4	5
8.2 Es constante o diario la asistencia de las personas encargadas del área de comunicaciones en lugares citados donde la división atlética se haga presente.	1	2	3	4	5
8.3 El personal del área de comunicaciones es suficiente y capaz de cubrir cada uno de los eventos que tiene la división atlética	1	2	3	4	5
8.4 El personal del área de comunicaciones maneja la información exacta antes de realizar publicaciones	1	2	3	4	5
8.5 La publicidad que se le da a la división atlética es precisa, continua e influyente	1	2	3	4	5
8.6 El manejo de las redes sociales mantiene un buen estatus	1	2	3	4	5
8.7 las redes sociales que maneja la división atlética son las más demandadas a nivel mundial	1	2	3	4	5
8.8 La tecnología como herramienta para dar a conocer a la división atlética a nivel nacional y exterior es importante: correo electrónico, redes sociales, teléfonos de comunicación, software para presentación, etc.	1	2	3	4	5

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto a los ANALISIS DE LOS VOLUNTARIOS QUE LABORAN EN LA DIVISION ATLETICA

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
-----------------------------	--------------------	------------------	--------------------	-------------------------------

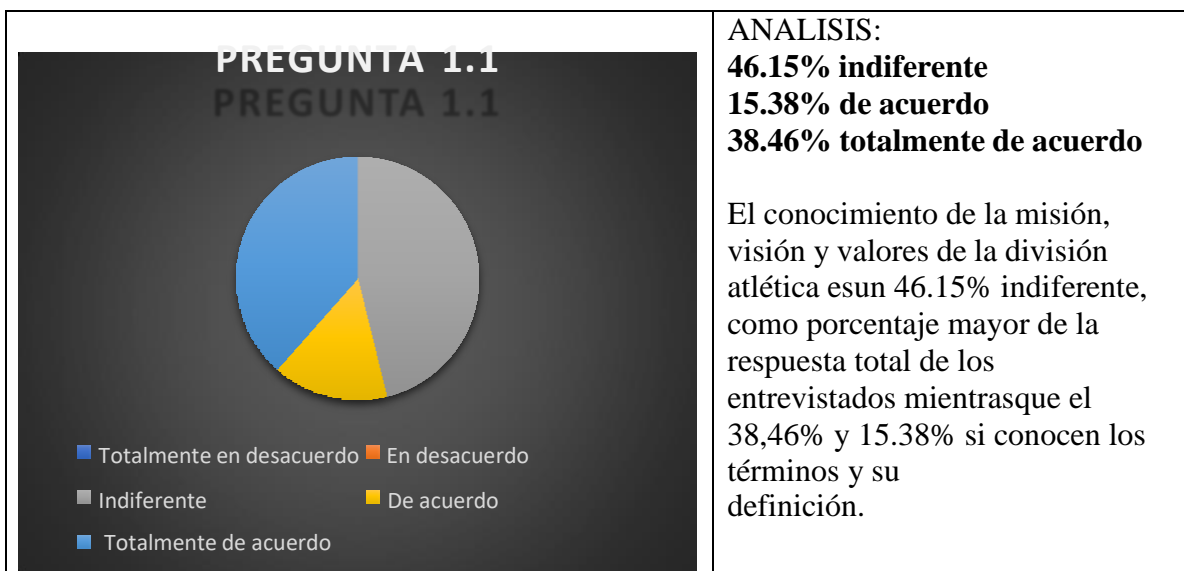
DIMENSIÓN 9: ANÁLISIS DE LOS VOLUNTARIOS QUE LABORAN EN LA DIVISION ATLE-TICA

9.1 Los voluntarios de la división atlética son responsables en los horarios	1	2	3	4	5
9.2 Las capacitaciones que se les brindan son de ayuda	1	2	3	4	5
9.3 las capacitaciones que se les han brindado se han puesto en práctica en el campo laboral	1	2	3	4	5
9.4 l la distribución del trabajo en el campo se realiza con anticipación	1	2	3	4	5
9.5 la distribución del cargo en el campo no es problema para el trabajo en equipo	1	2	3	4	5
9.6 Se comunican, sociabilizan y trabajan bien en conjunto dentro de las comunidades	1	2	3	4	5
9.7 todos los voluntarios trabajan por igual	1	2	3	4	5
9.8 La cantidad de voluntarios es apta para cubrir las áreas de trabajo	1	2	3	4	5
9.9 participan en las actividades mayores donde dan a conocer el trabajo de la división atlética.	1	2	3	4	5
9.10 El trato que se le ha dado ha sido un incentivo para seguir formando parte de la división atlética.	1	2	3	4	5

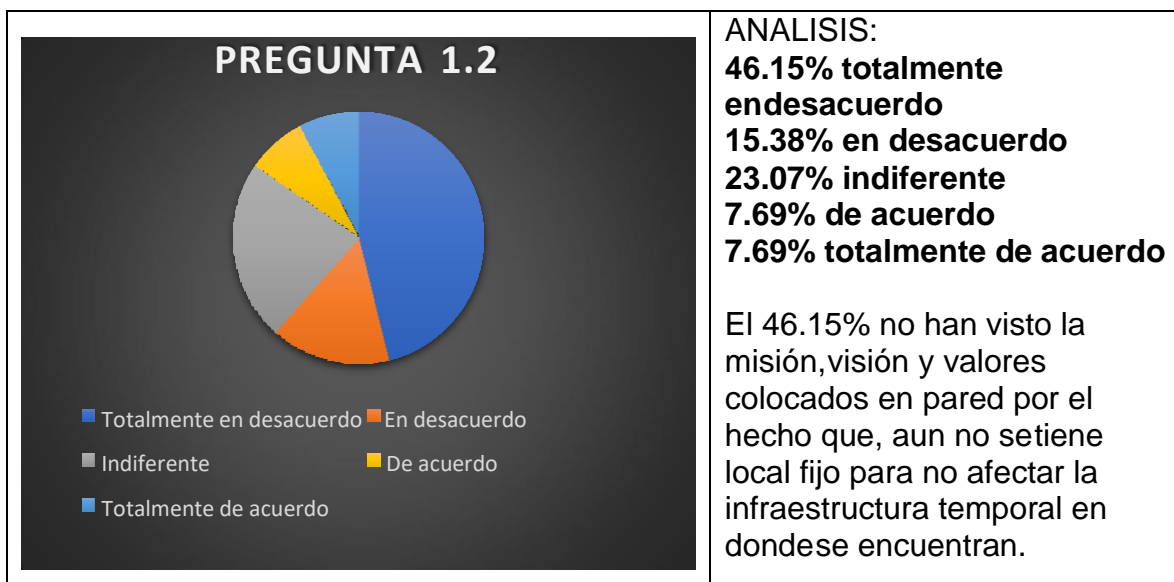
DIMENSION 1

ENFOQUE SOBRE EL CONOCIMIENTO PRINCIPAL DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA

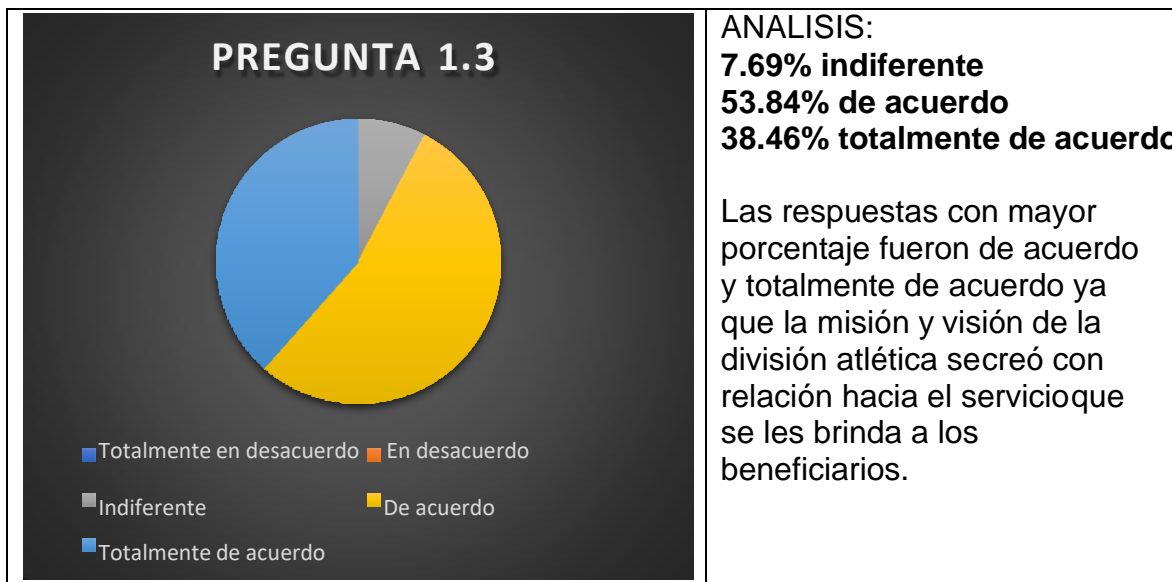
1.1 Tiene conocimiento de la misión, visión y valores de la división atlética



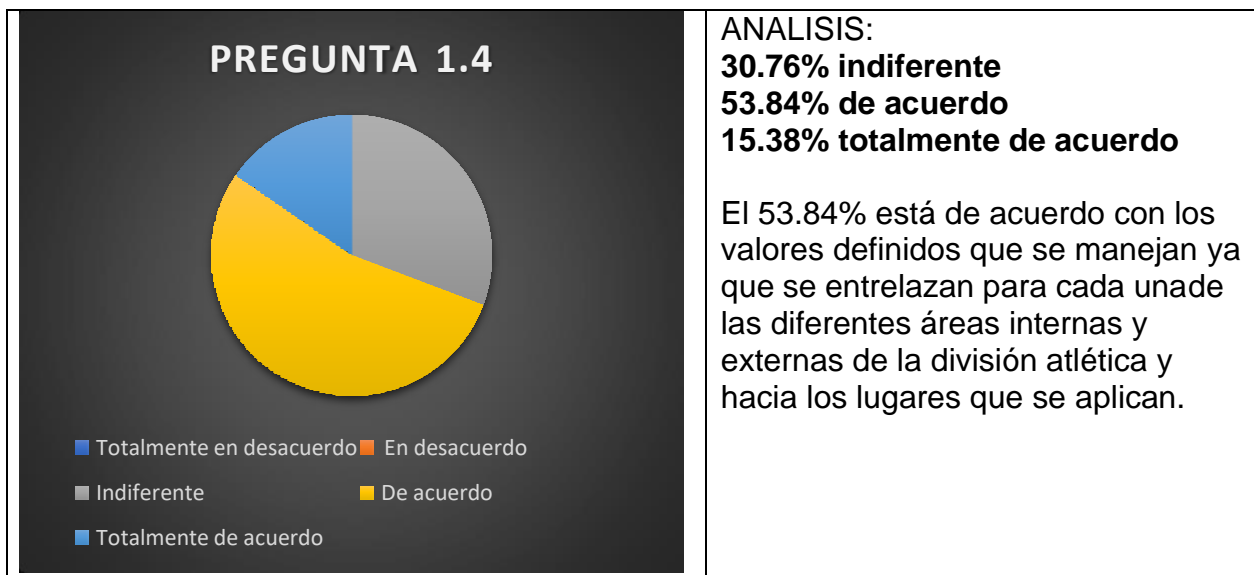
1.2 La división atlética tiene definida en la pared por escrito su Visión, su misión y valores



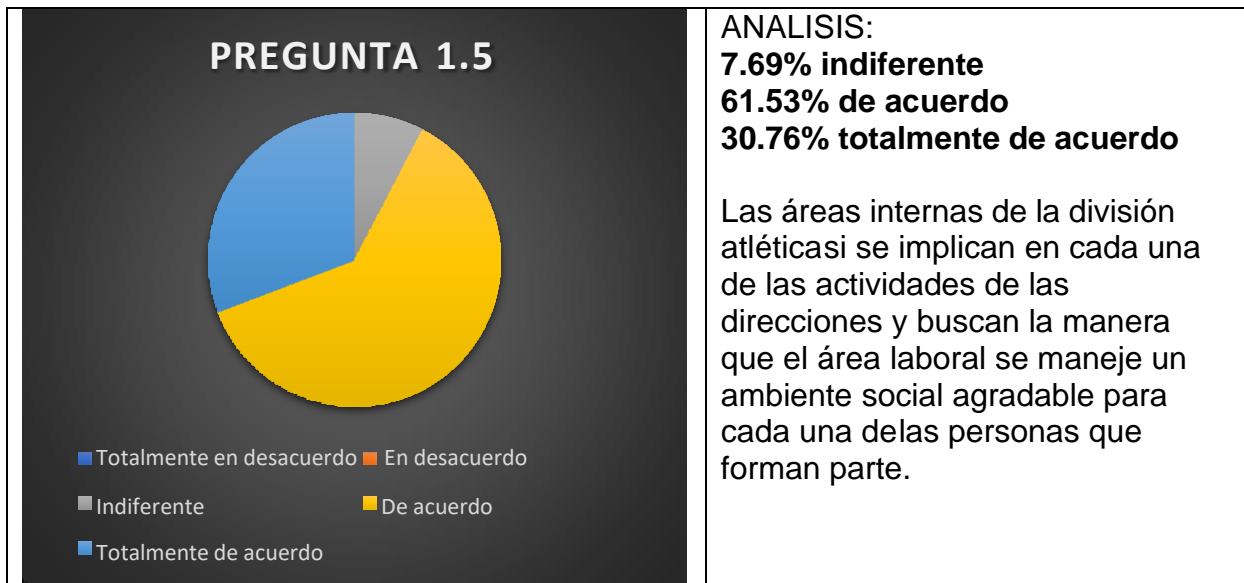
1.3 La misión y la visión de la división atlética están enfocadas hacia la satisfacción de los beneficiarios.



1.4 El esquema de los valores escritos en los documentos de la división atlética van entrelazados con los beneficiarios, administrativos, voluntarios y demás



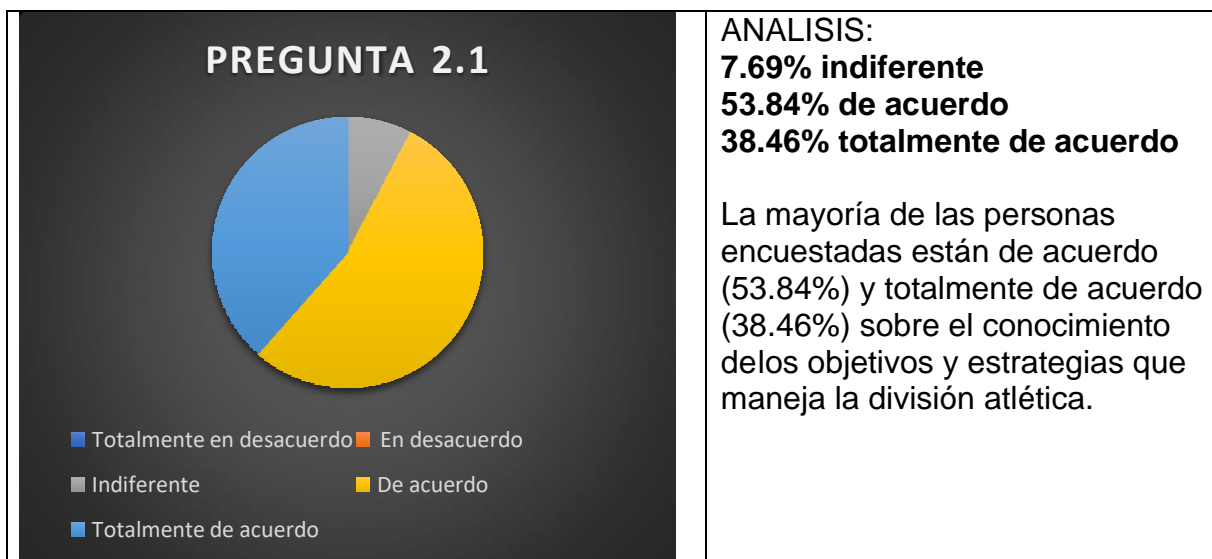
1.5 El personal interno: directiva, gerencia y demás se implican activamente en la defensa y transmisión de esos valores frente a las presiones internas y externas, y se ha recurrido a ellos cuando ha habido que tomar decisiones importantes en la división



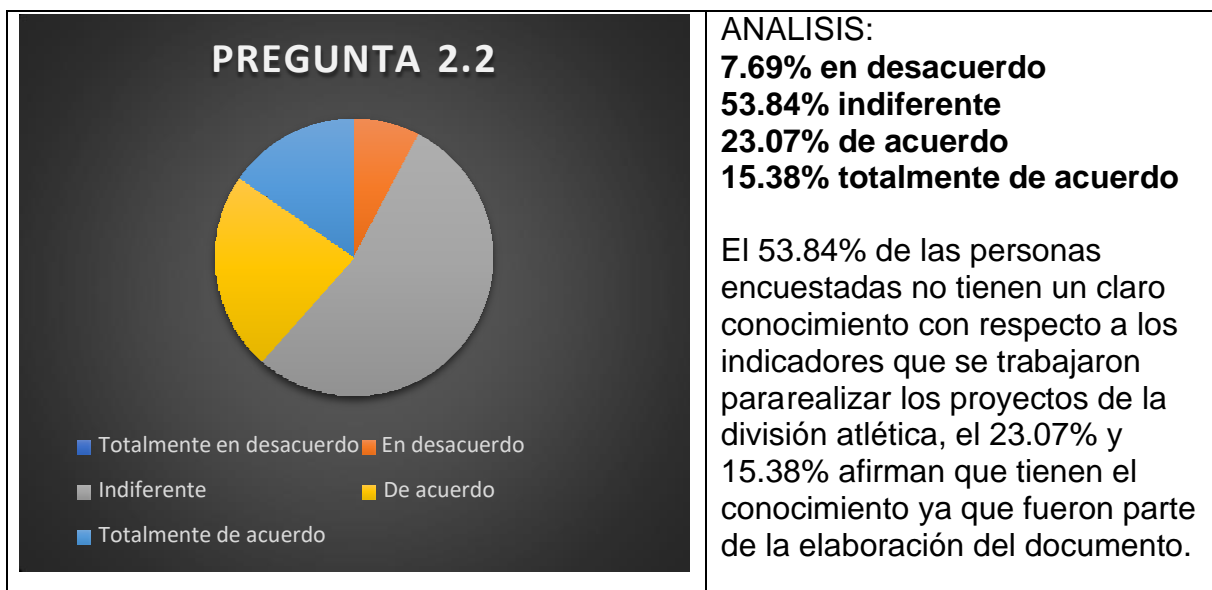
DIMENSIÓN 2

ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA

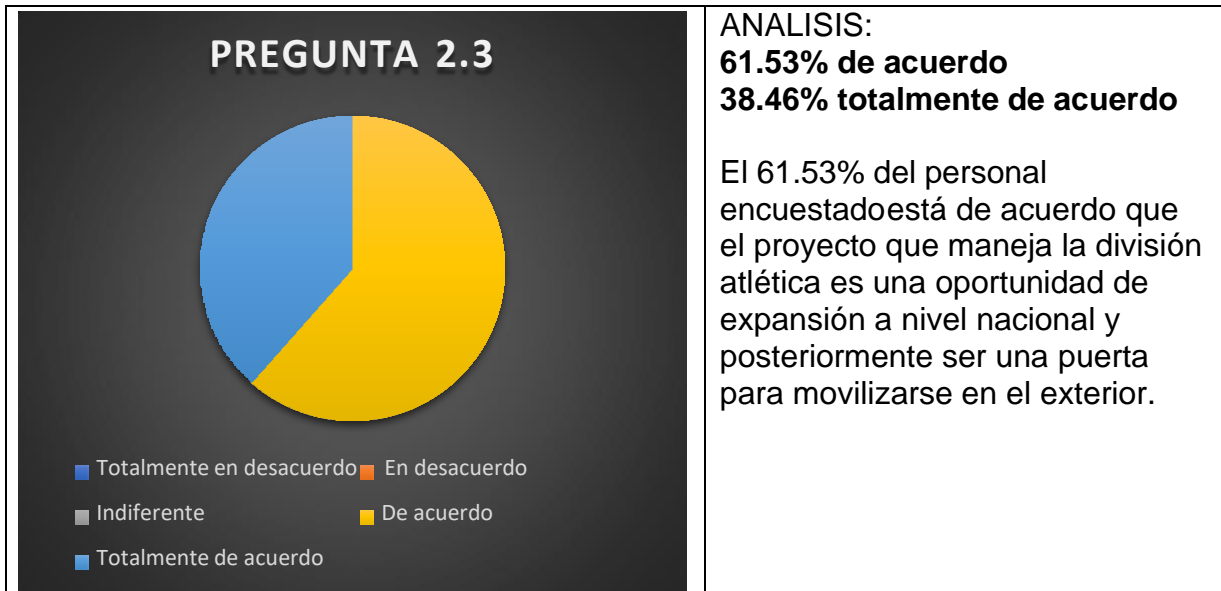
2.1 Tiene conocimiento de los objetivos, estrategias del área en la que labora.



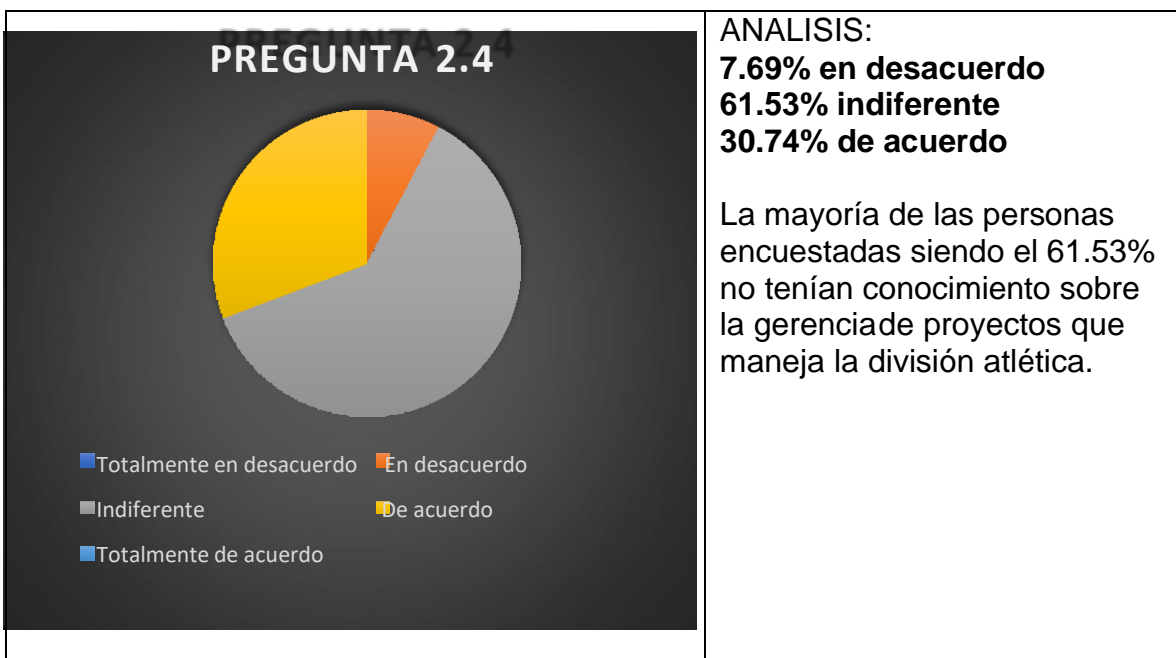
2.2 Para la definición de los objetivos y estrategias en los proyectos se analizaron indicadores de previsiones como: demográficas, político, económicos, sociales y estructurales.



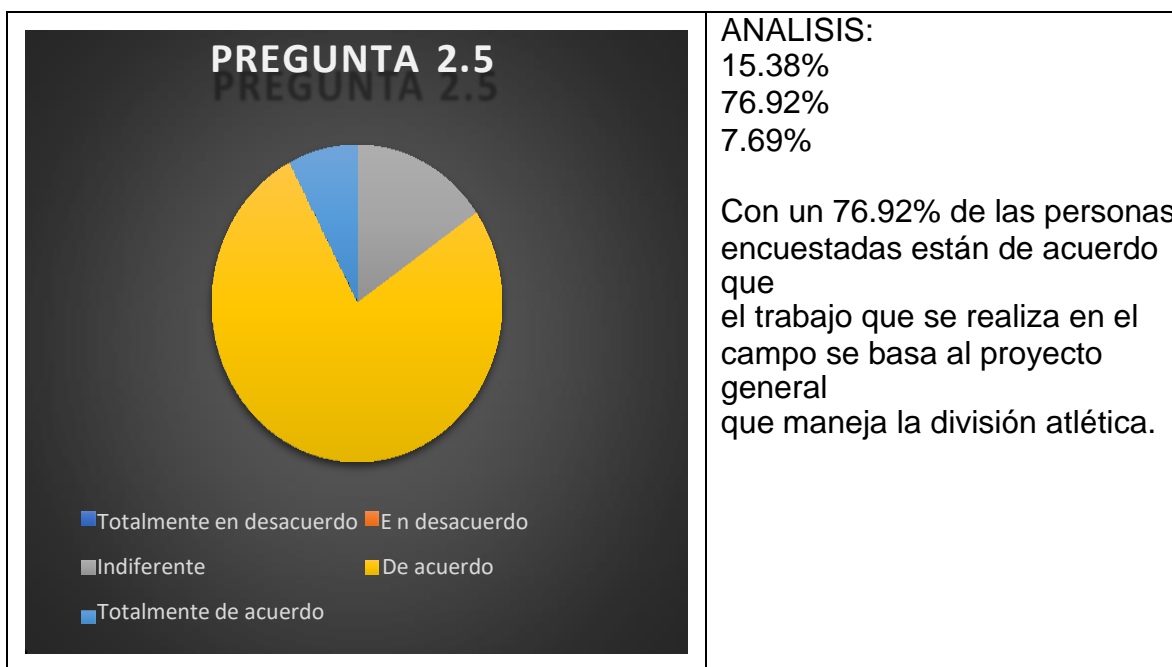
2.3 La elaboración del proyecto general es futuro de la organización, como oportunidades de expansión a nivel nacional; estas están documentadas en los planes estratégicos individualizados por dirección.



2.4 La gerencia de proyectos realiza análisis de la división atlética y su distribución en cuanto a recursos humanos, materiales, presupuestos, sectores comunales y lugares públicos.



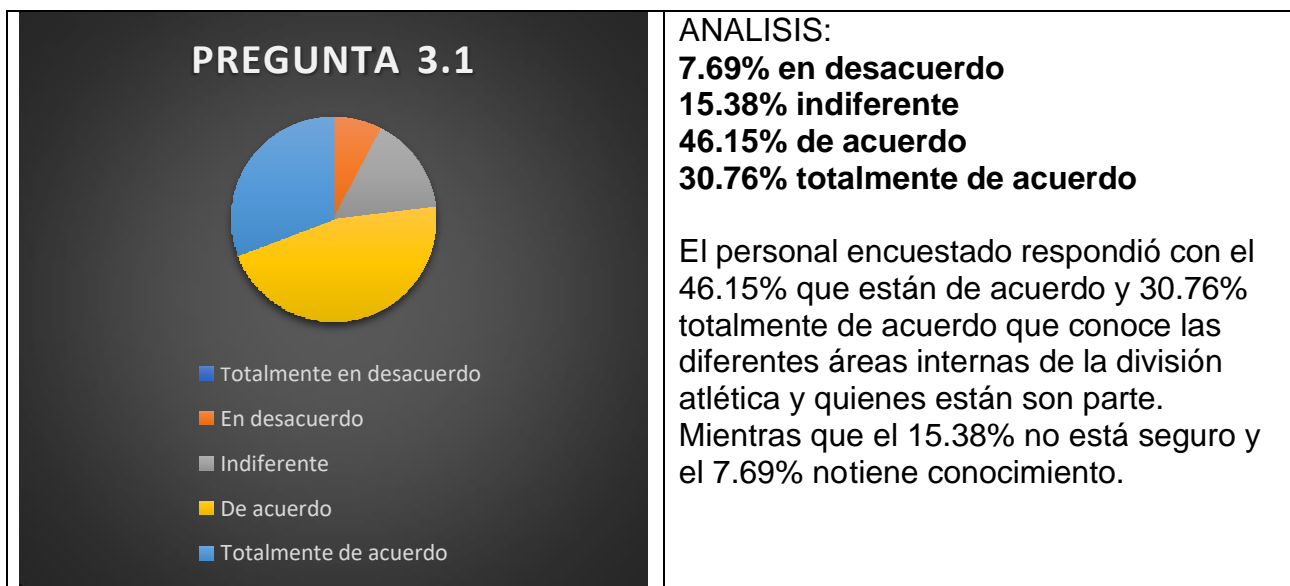
2.5 Se está trabajando acorde al proyecto general en base a los parámetros para desarrollar cada actividad.



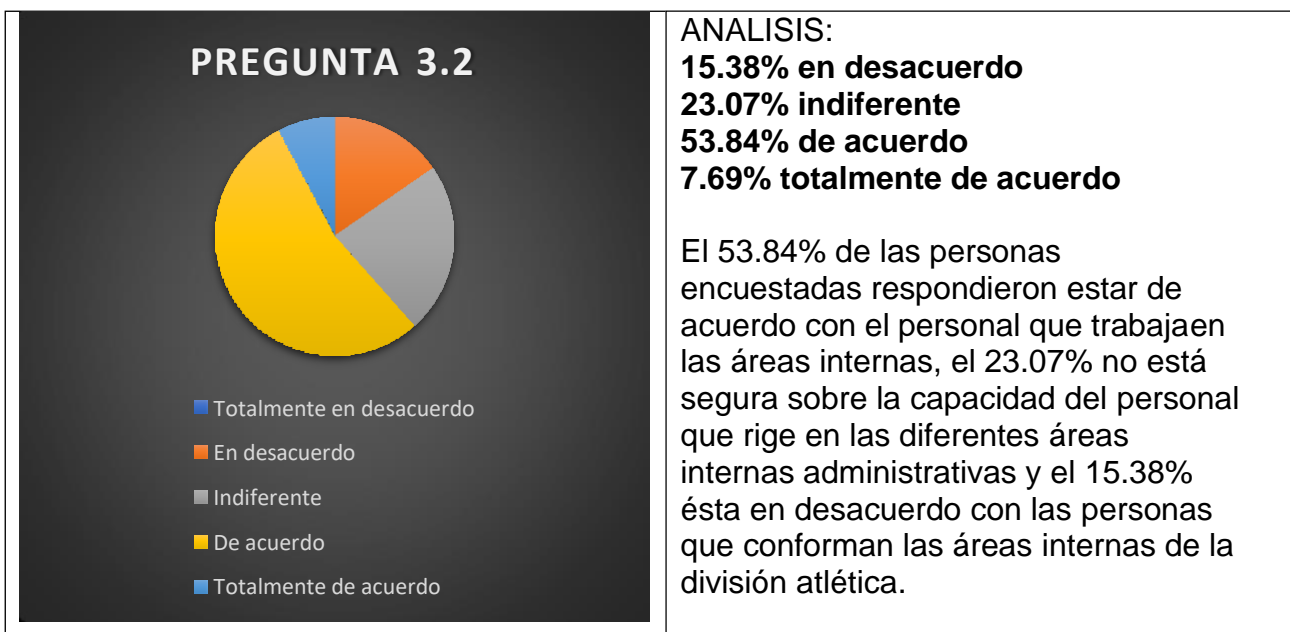
DIMENSIÓN 3

CALIDAD DEL PERSONAL EN LAS ÁREAS INTERNAS Y EXTERNAS DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA

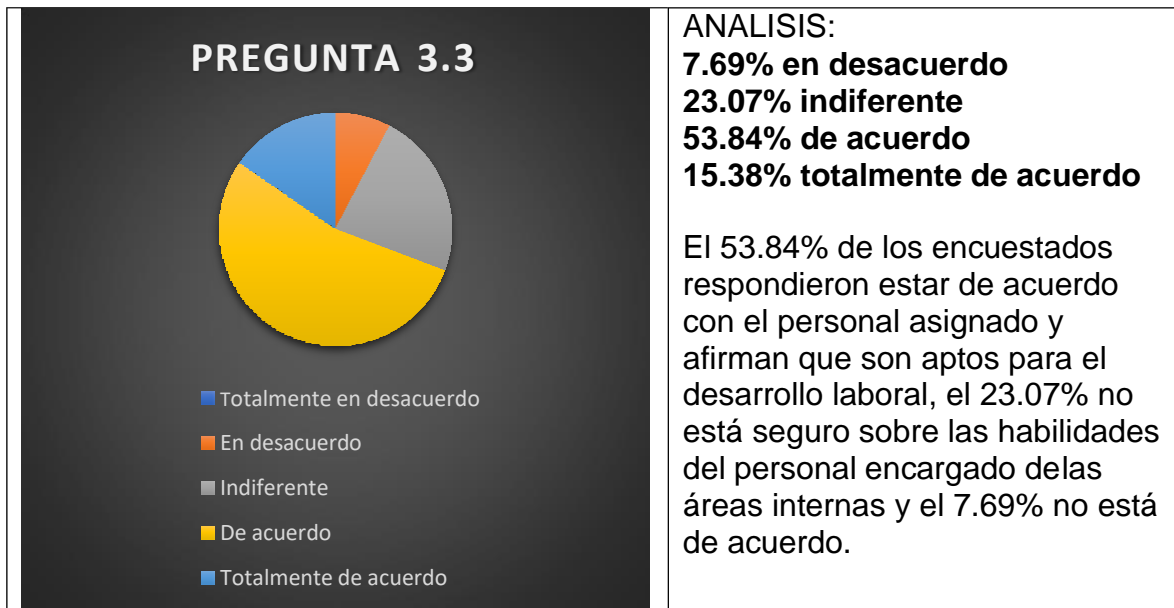
3.1 conoce las áreas internas administrativas que maneja la división atlética y sus roles



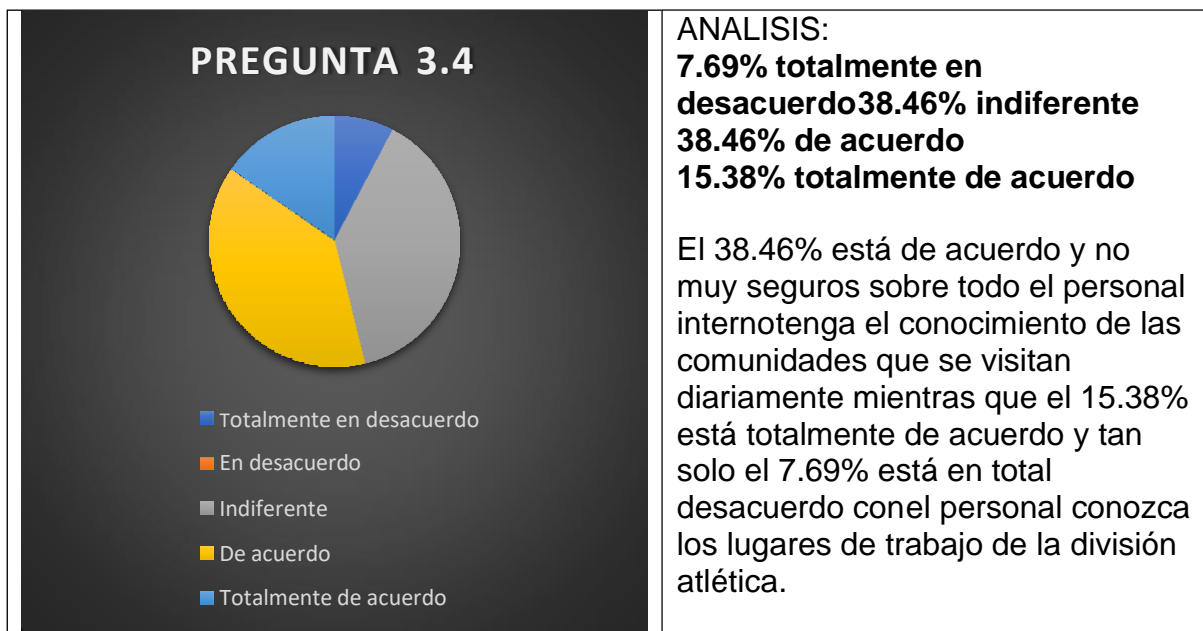
3.2 El personal del área interna demuestra capacidad en el manejo de información y sudistribución en general hacia los demás



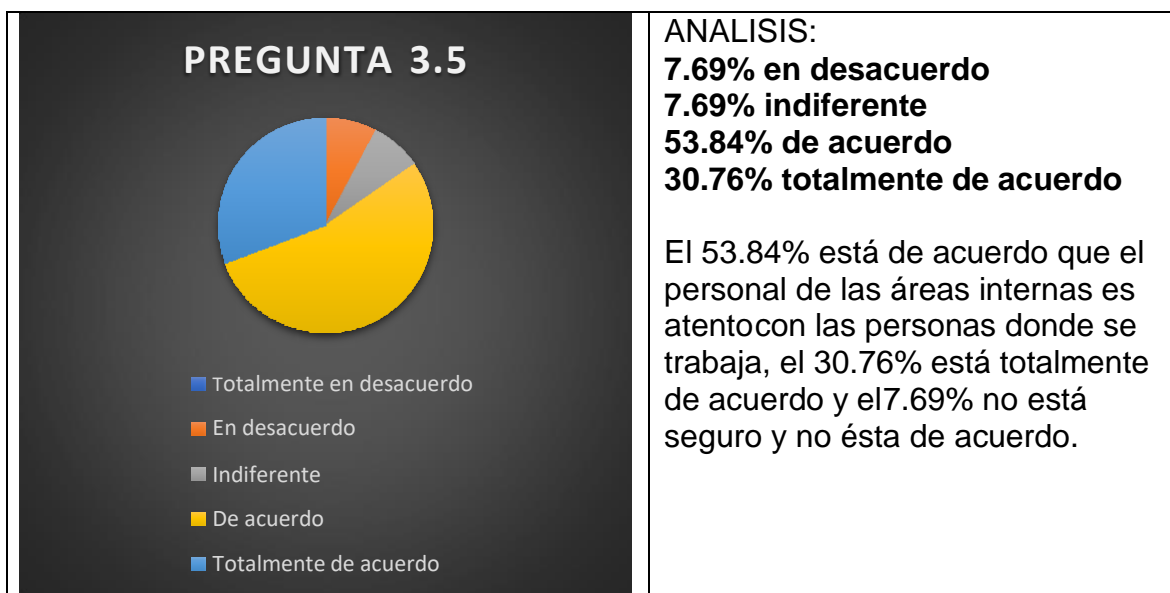
3.3 El personal interno de la división atlética son aptos para ejecutar el desarrollo laboral asignado.



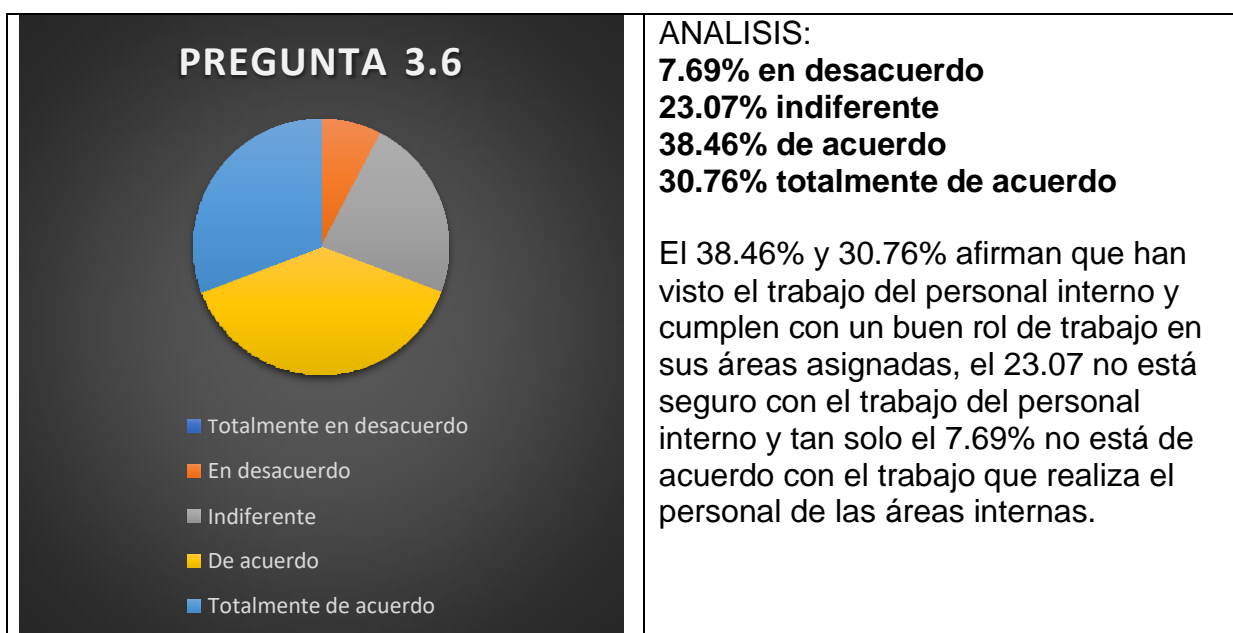
3.4 El personal encargado de las áreas internas tiene conocimiento y visitan las zonas donde se trabaja diariamente.



3.5 El personal encargado de las áreas internas es atenta con los beneficiarios, padres o responsables de las comunidades.

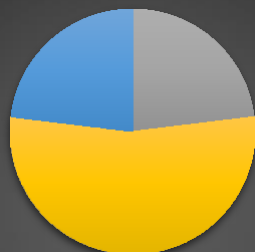


3.6 El personal interno de la división atlética cumple y hacen ver su trabajo.



3.7 El personal de las áreas externas de la división atlética cumple y hacen ver un buen trabajo en el campo laboral

PREGUNTA 3.7



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

ANALISIS:

23.07% indiferente
53.84% de acuerdo
23.07 totalmente de acuerdo

El 53.84% está de acuerdo con el trabajo que realiza el personal de las áreas externas, el 23.07% ésta totalmente de acuerdo ya que son parte de esas áreas y el 23.07% no está muy seguro del total trabajo sé que realiza en las diferentes áreas externas de la división atlética.

3.8 El personal del área externo es atenta con los beneficiarios, padres o responsables de las comunidades

PREGUNTA 3.8



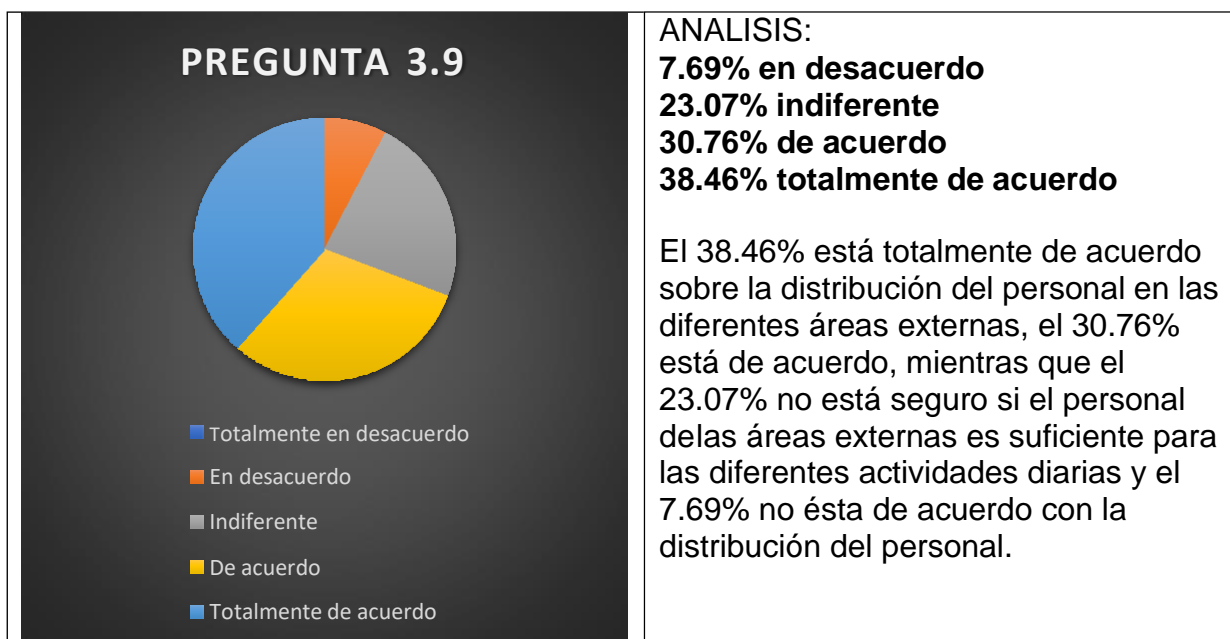
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

ANALISIS:

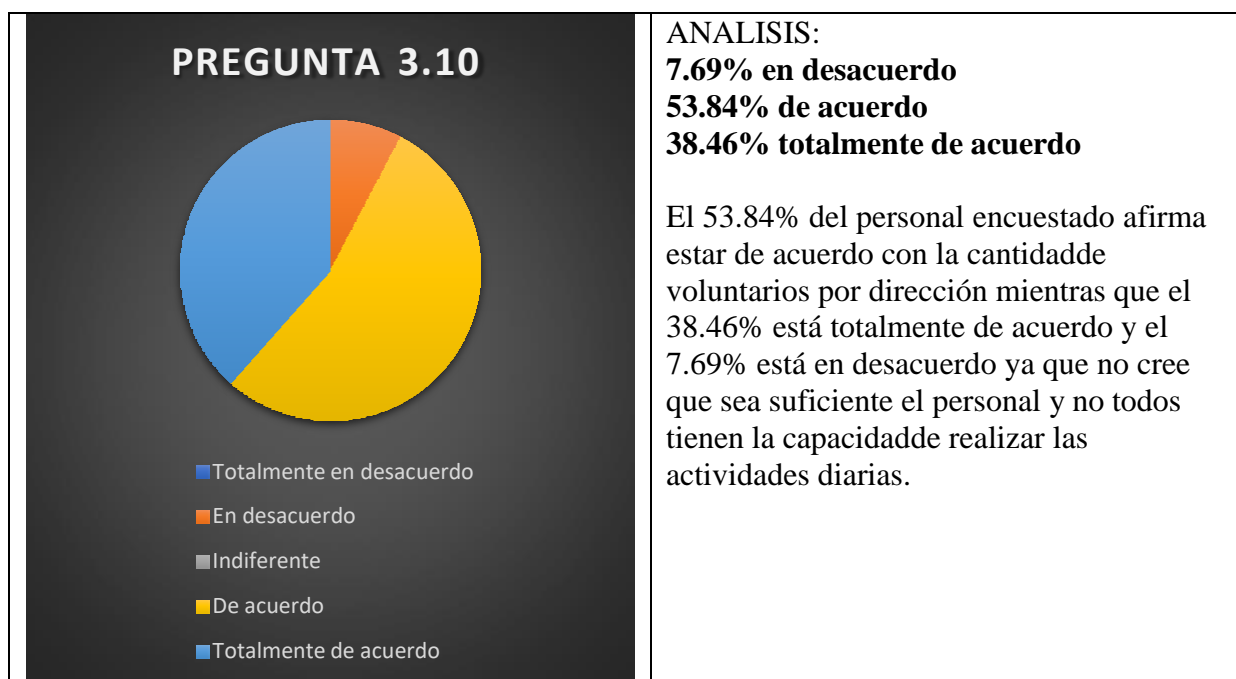
15.38% indiferente
53.84% de acuerdo
30.76% totalmente de acuerdo

El 53.84% está de acuerdo con el personal del área externa es responsable con su trabajo, el 30.76% está totalmente de acuerdo con la atención y el trabajo que se brinda en las comunidades y tan solo el 15.38% no está seguro sobre el trabajo que se realiza en los lugares en los que trabaja la división atlética.

3.9 La distribución del personal en cada una de las comunidades es suficiente para desarrollar el trabajo del día y culminarlo sin problema alguno



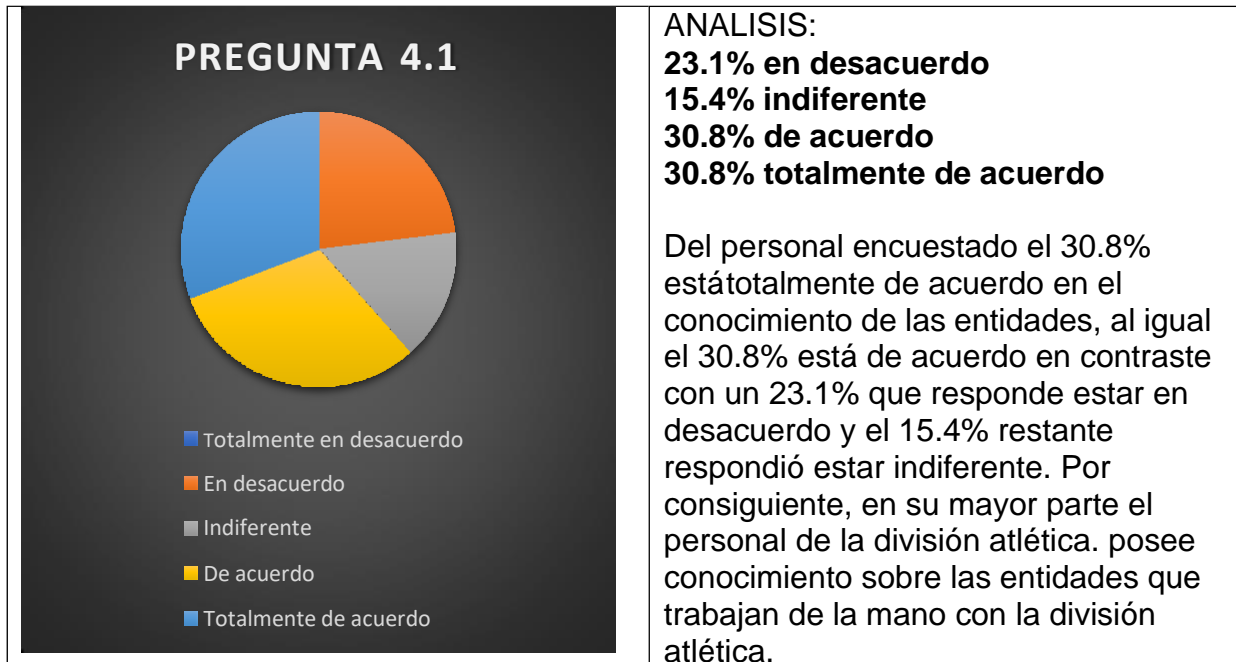
3.10 La cantidad de personal en el área externa es suficiente y capaz de cubrir cada una de las actividades que tiene la división atlética.



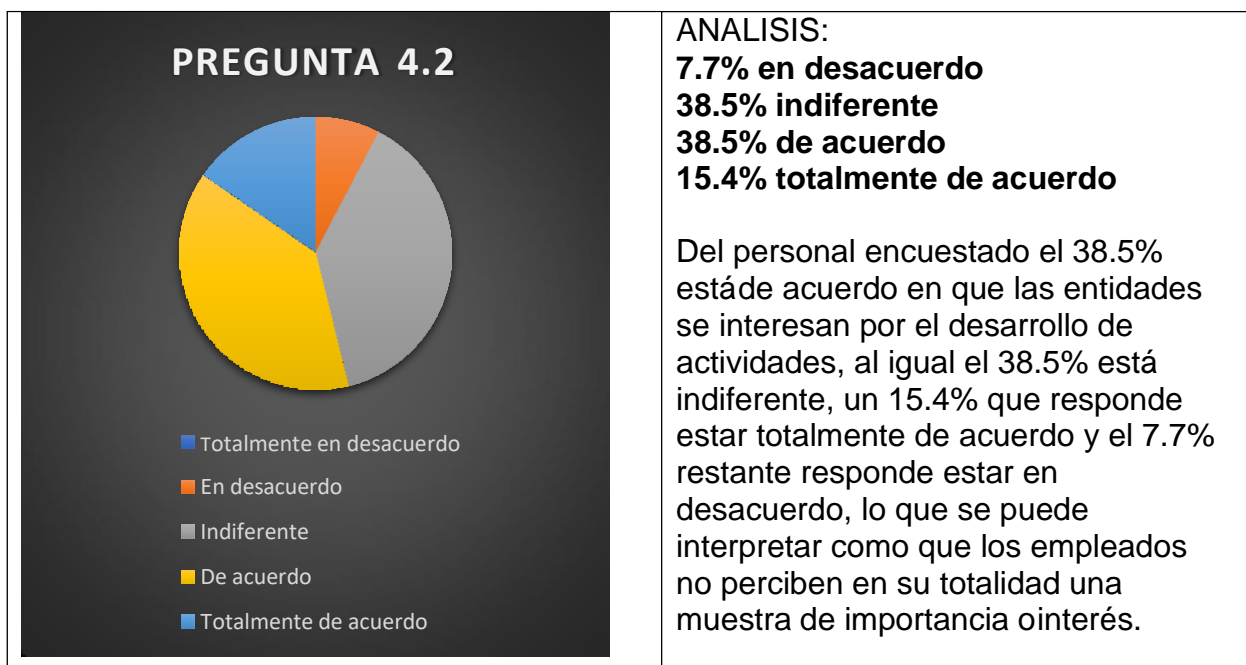
DIMENSION 4

ALIANZAS Y RECURSOS DE LA ORGANIZACIÓN

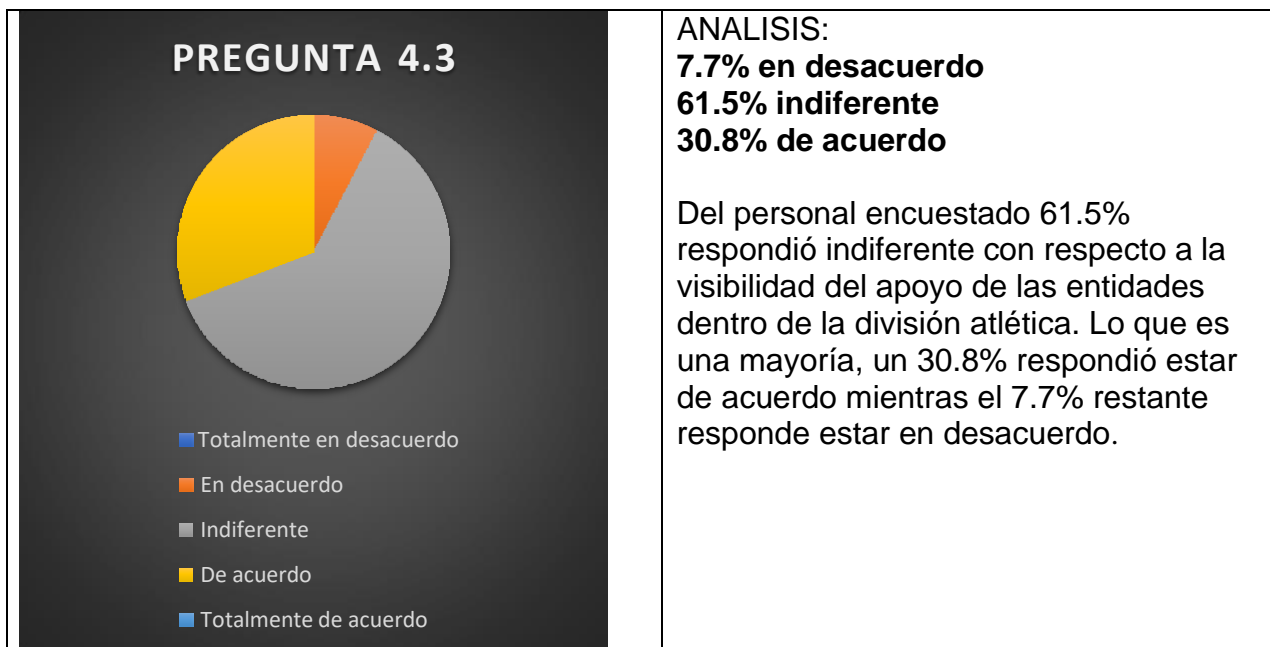
4.1 Tiene conocimiento sobre las entidades que trabajan de la mano con la división atlética.



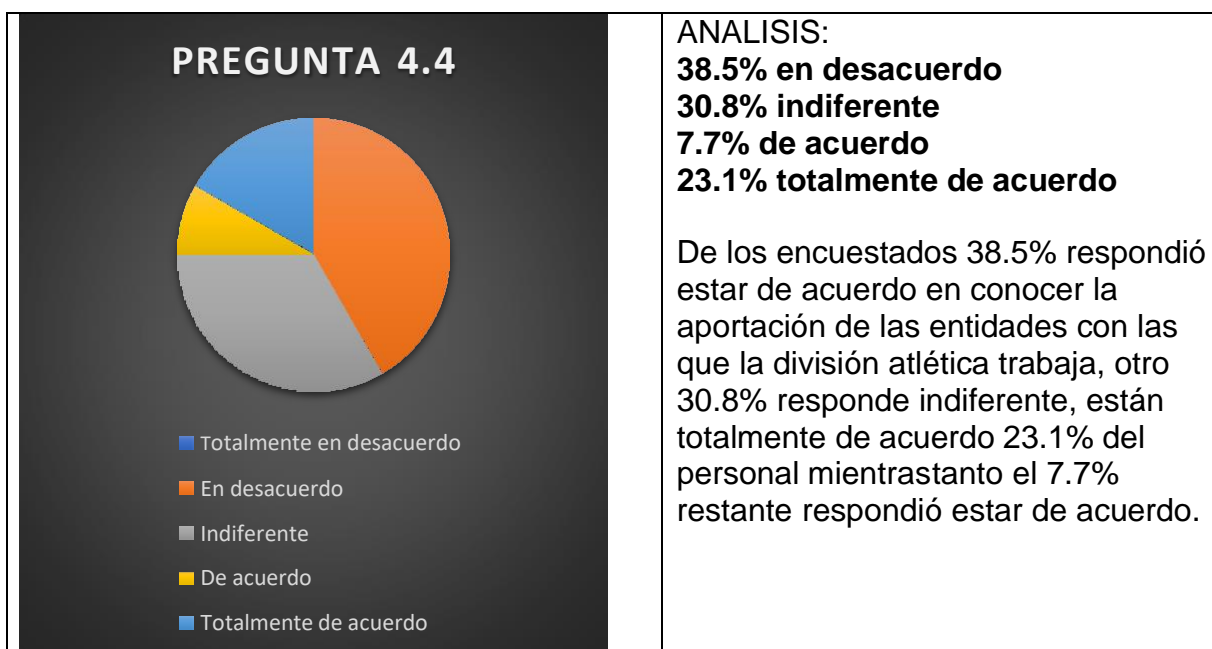
4.2 Las entidades relacionadas a la división atlética demuestran importancia hacia el desarrollo de actividades.



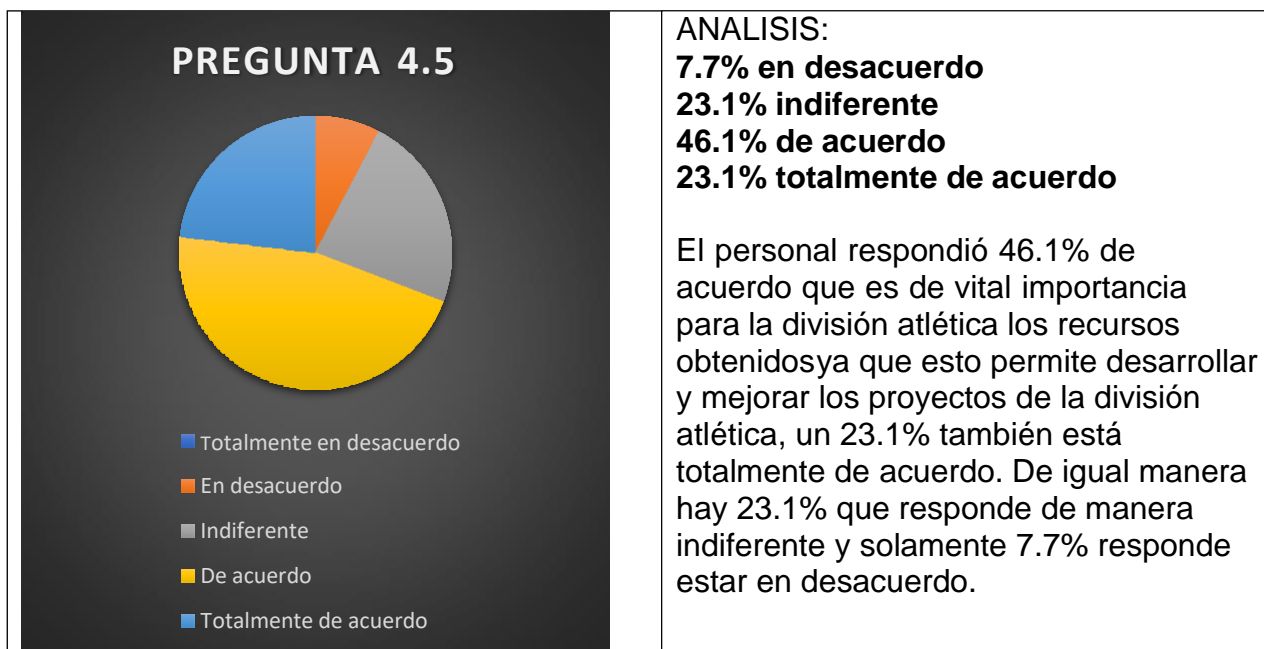
4.3 El apoyo de las entidades dentro de la división atlética es visible



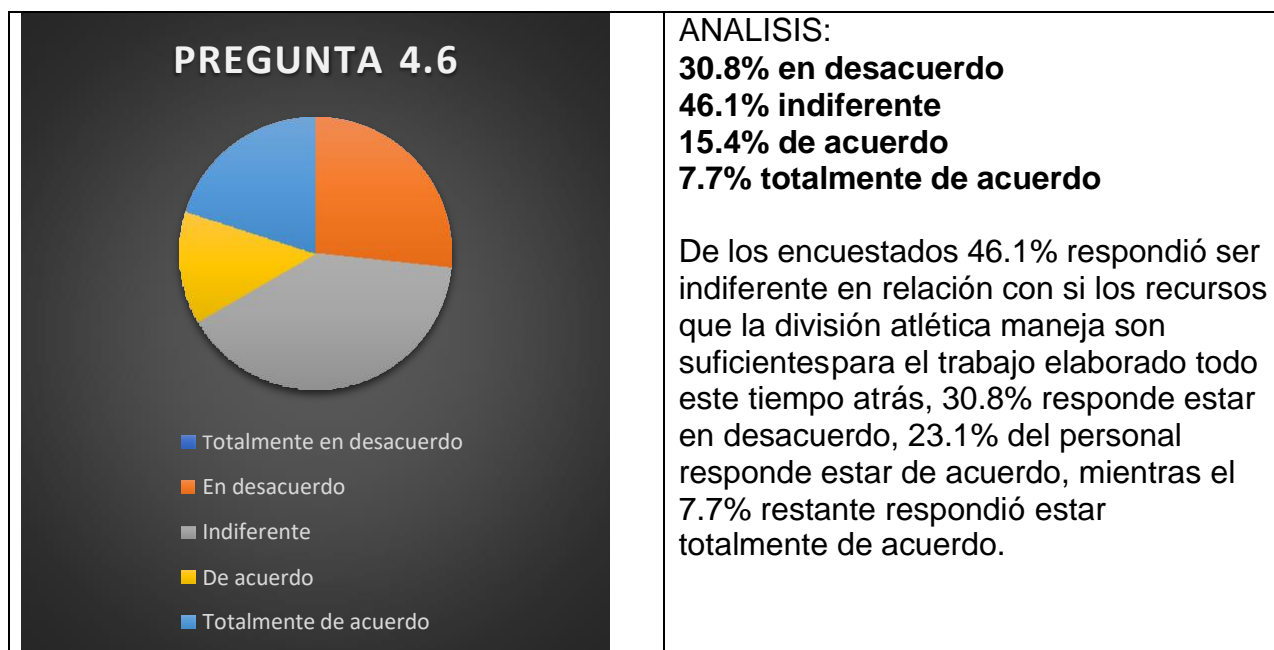
4.4 Conoce cada una de las diferentes entidades con las que se trabaja y sus aportaciones hacia la división atlética.



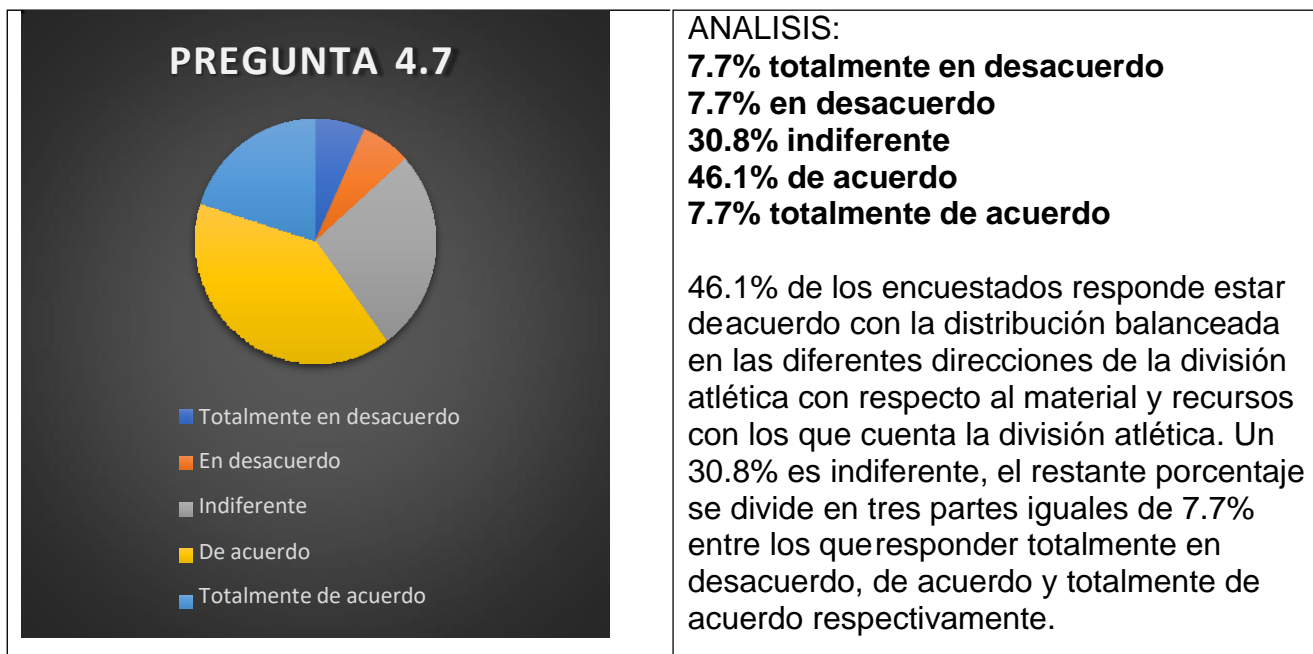
4.5 Los recursos que ha obtenido la división atlética han sido de vital ayuda para desarrollar y mejorar las actividades del proyecto general



4.6 Los recursos que maneja la división atlética son suficientes para el trabajo que se ha estado elaborando en este tiempo



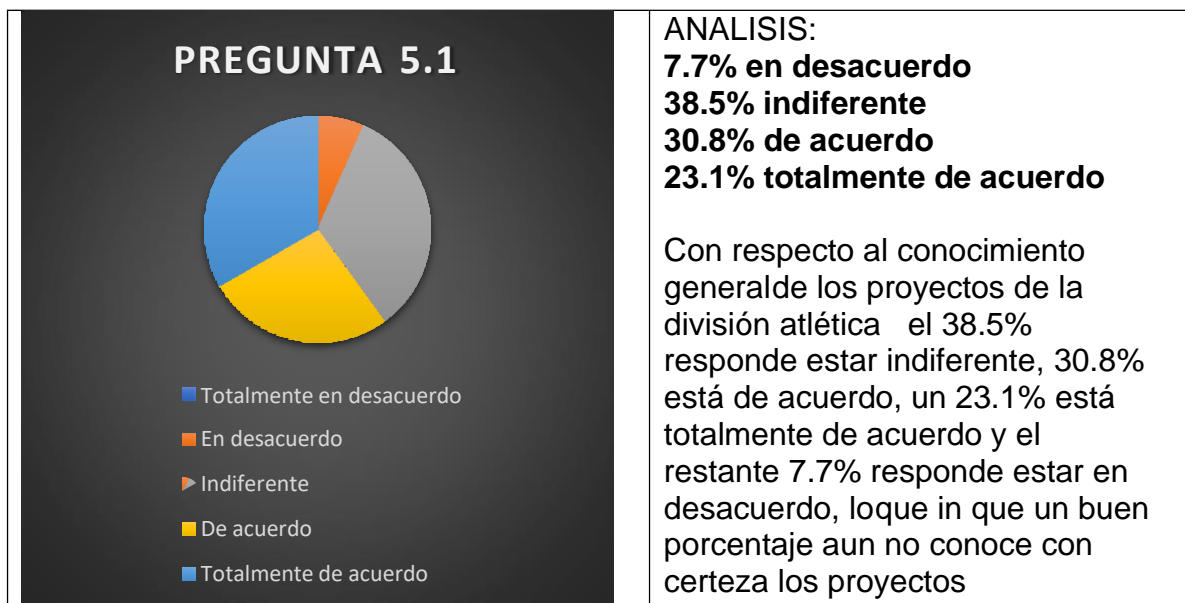
4.7 La distribución de materiales y recursos en las diferentes direcciones con las que se trabaja se ha hecho con un buen balance



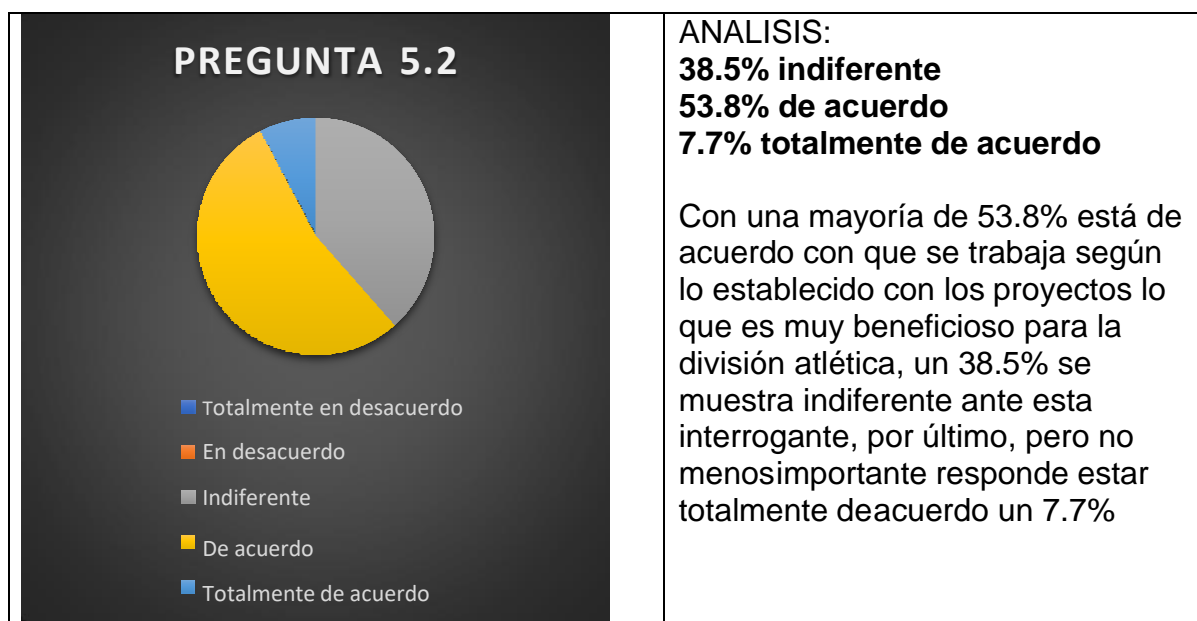
DIMENSIÓN 5

GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE LA DIVISIÓN ATLÉTICA

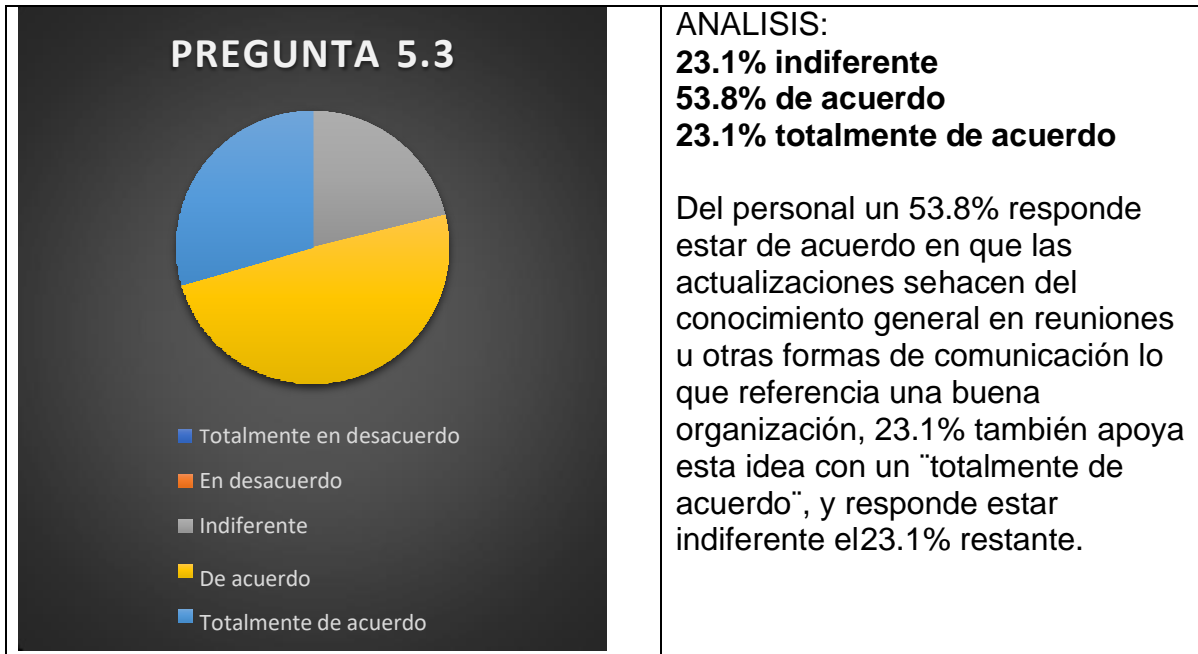
5.1 Conoce la información del proyecto general de la división atlética.



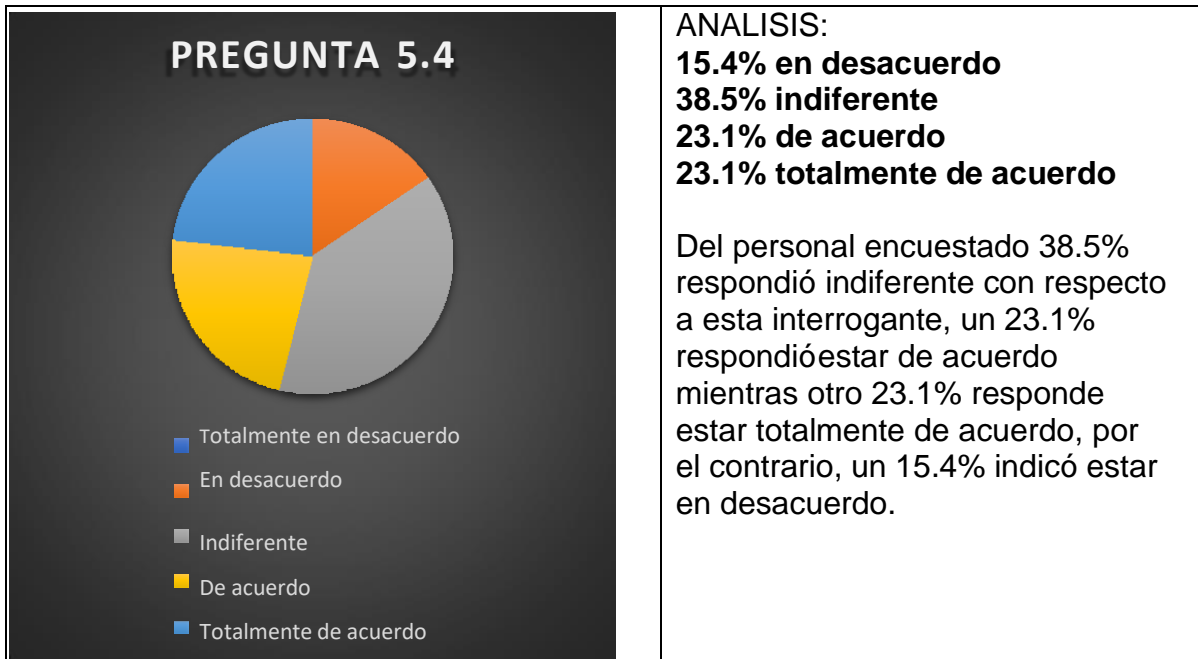
5.2 Se trabaja según lo establecido en el proyecto general de acuerdo con los estudios y recolección de datos que se realizó anteriormente.



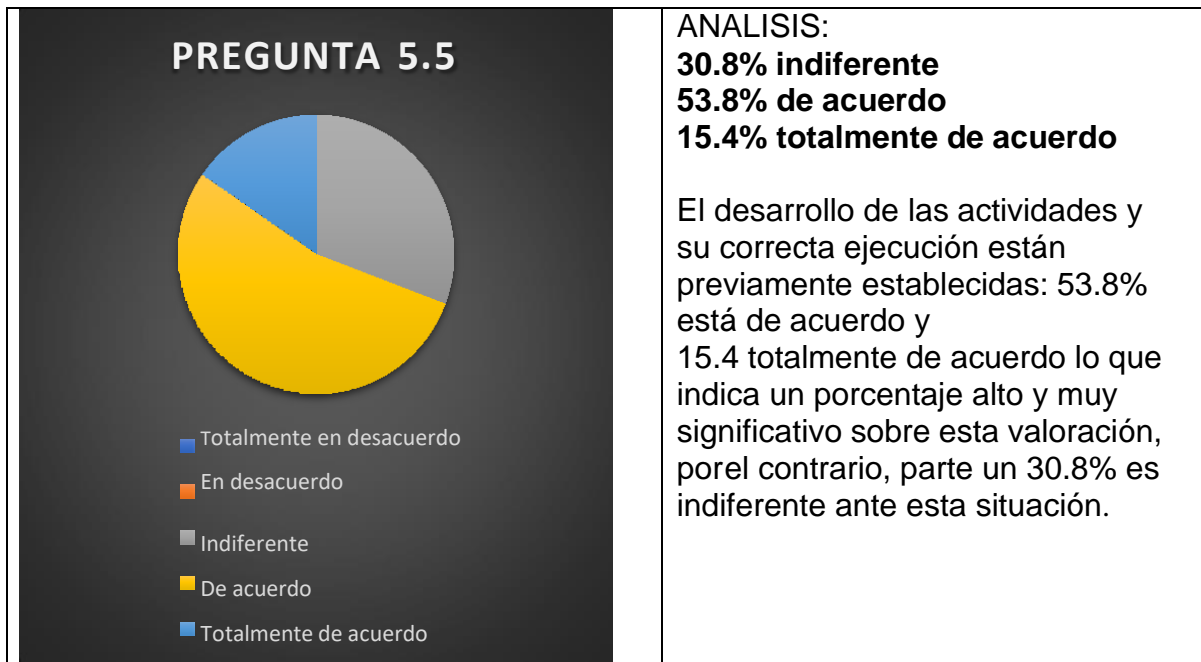
5.3 Las actualizaciones de información general se hacen saber por medio de reuniones u otra vía de comunicación



5.4 Realizan actualizaciones de información de las direcciones constantemente



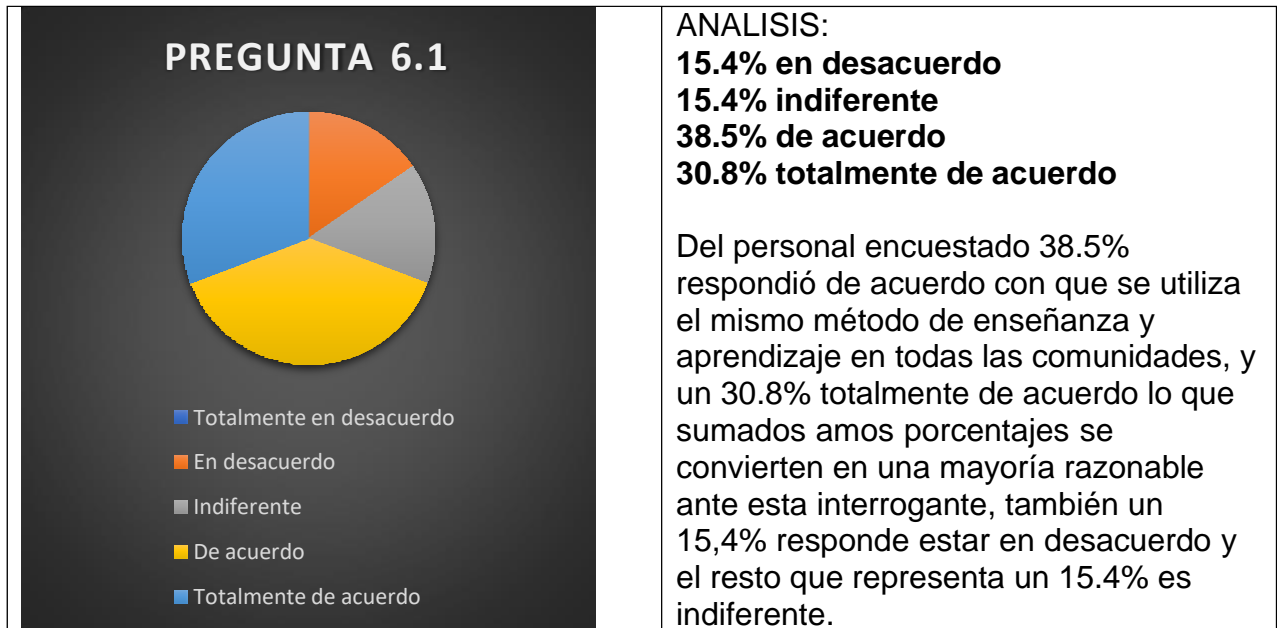
5.5 Cada desarrollo de actividades está establecido en el proyecto general y su correcta ejecución.



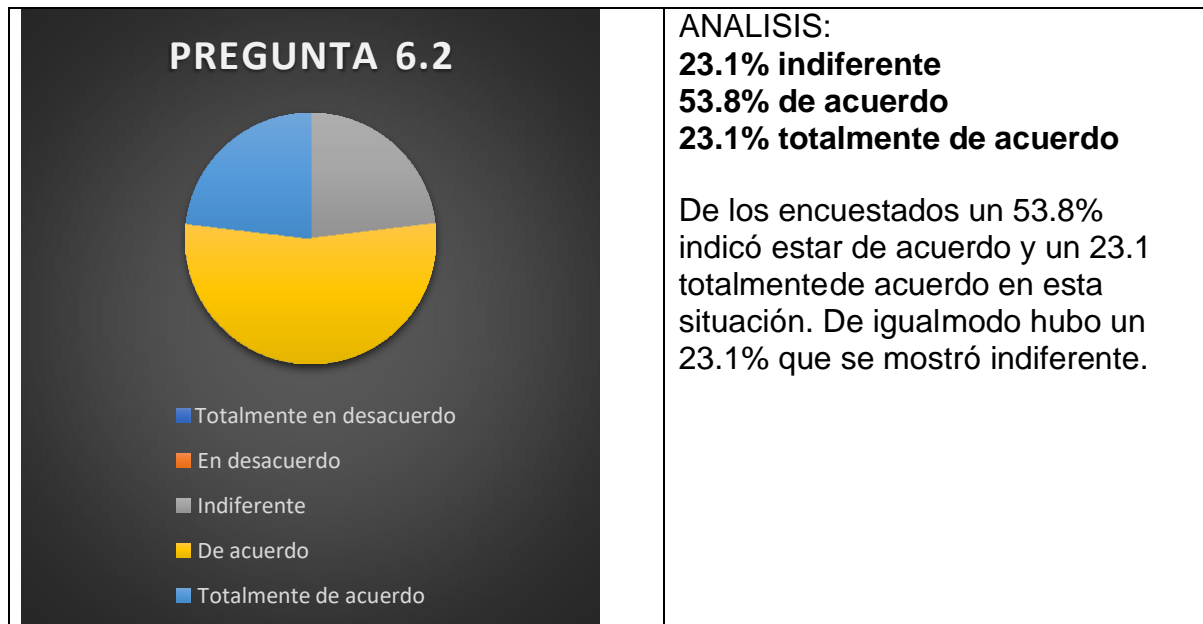
DIMENSIÓN 6

TRABAJO DE CALIDAD EN LAS COMUNIDADES

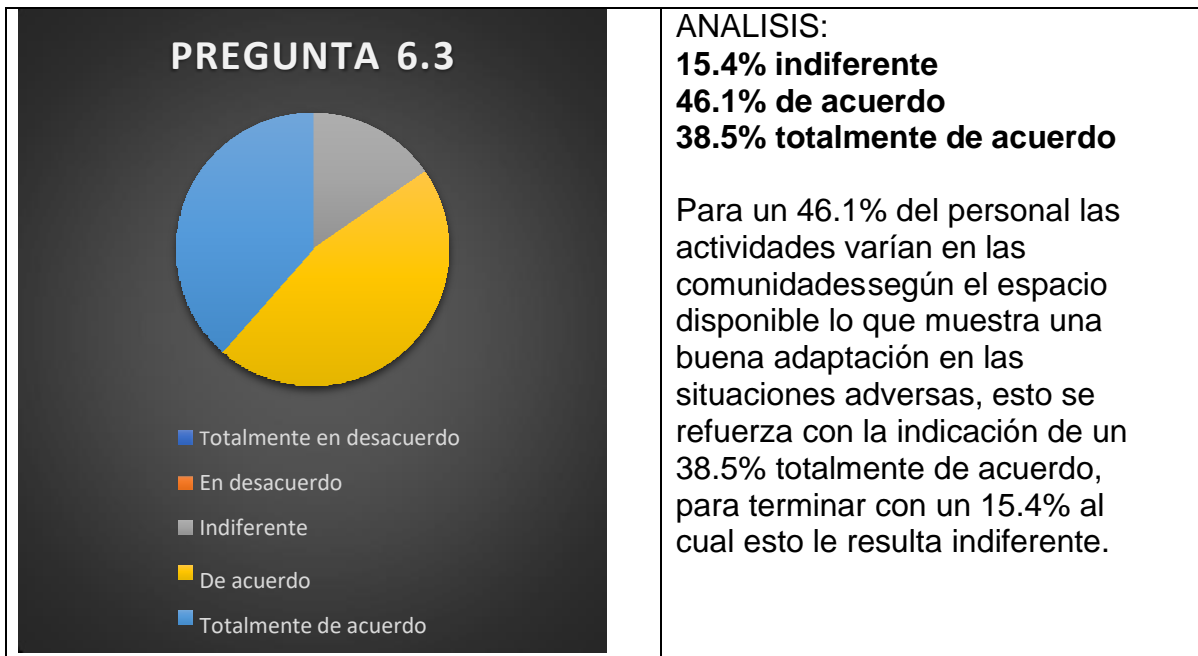
6.1 En las comunidades el sistema de enseñanza y aprendizaje es el mismo que se utiliza



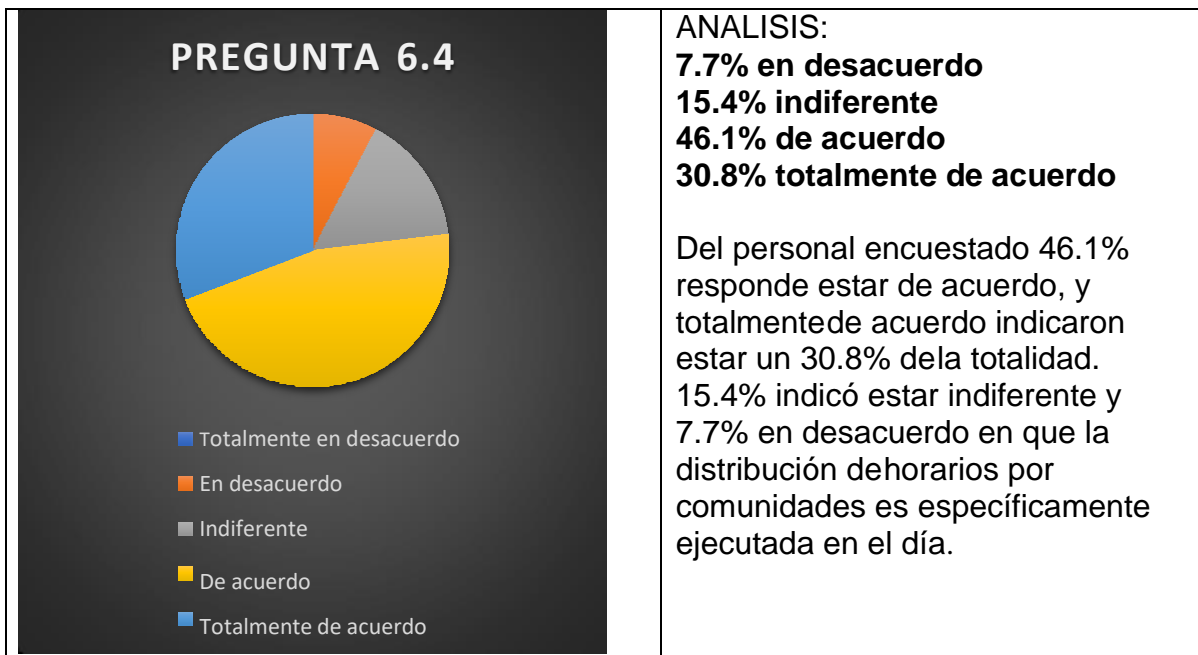
6.2 Varían las actividades en las comunidades según la cantidad de beneficiarios



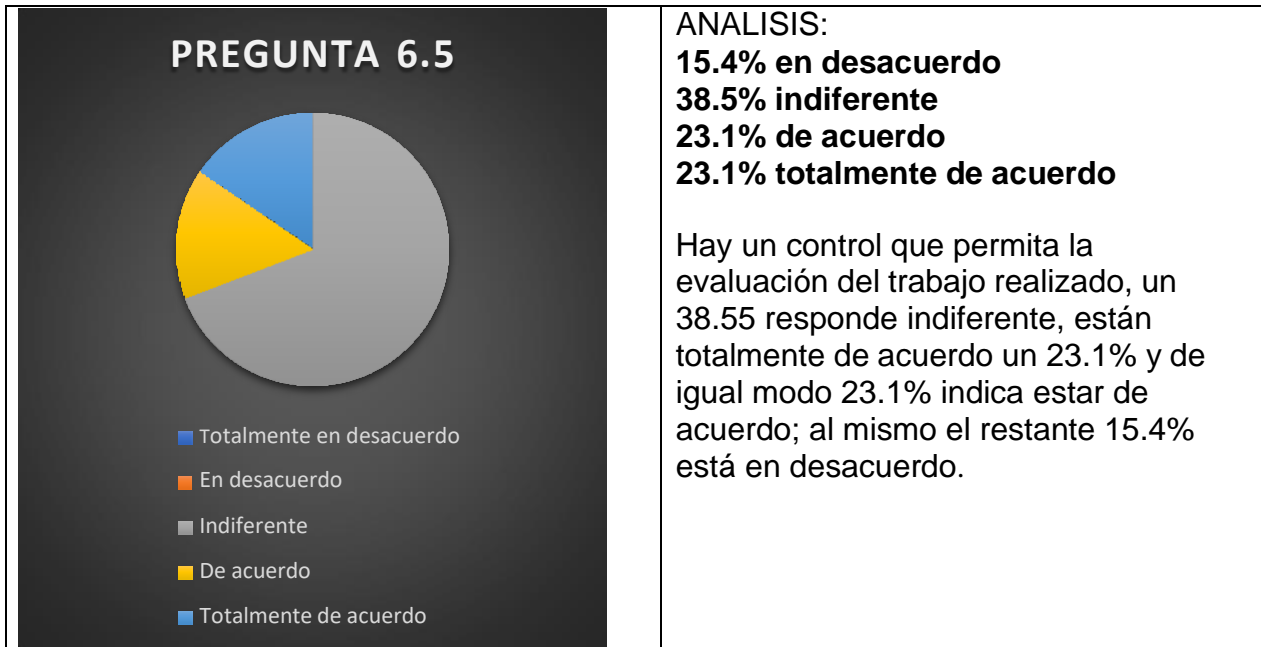
6.3 Varían las actividades en las comunidades según el espacio de trabajo.



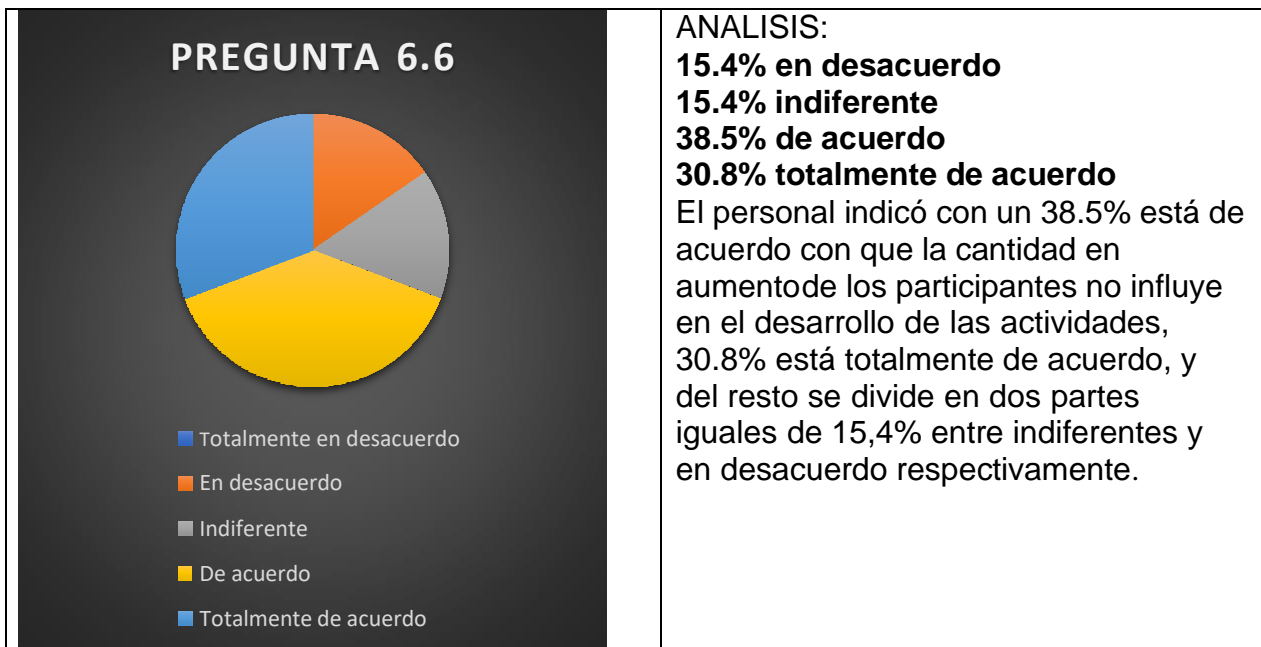
6.4 En todas las comunidades se distribuyen las horas en las actividades específicas para ejecutar el trabajo del día



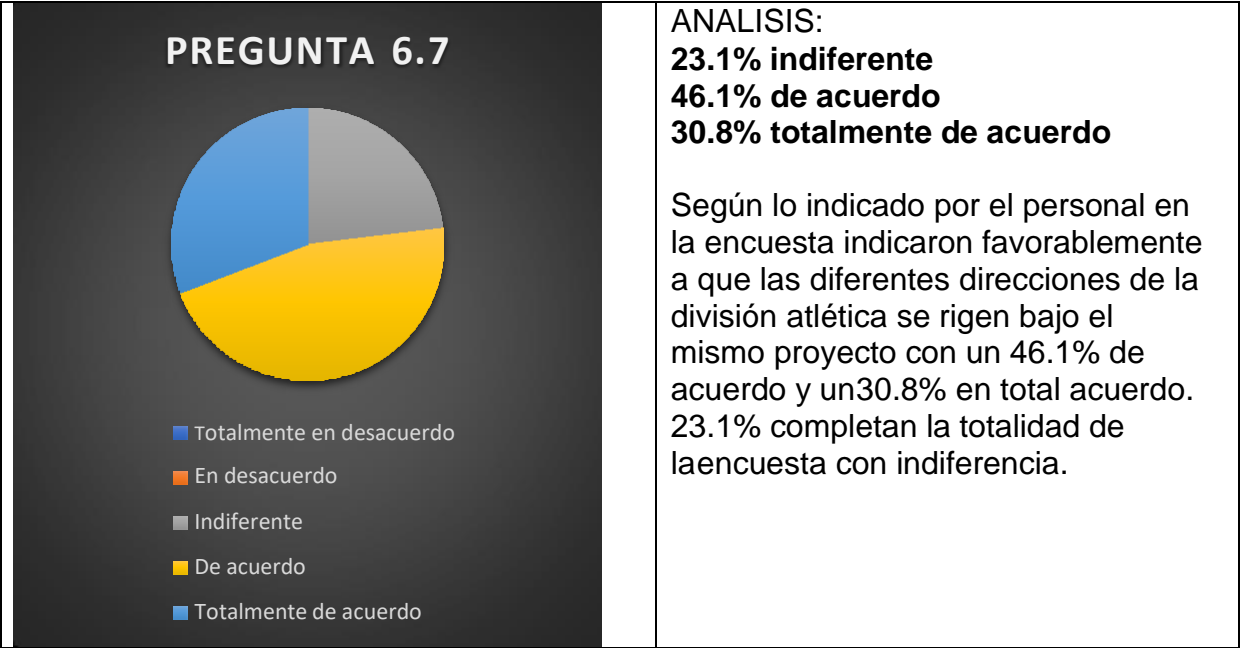
6.5 El servicio que brinda la división atlética a las comunidades se lleva en control por medio de fichas diagnosticas o alguna otra herramienta que permita la evaluación del trabajo del día.



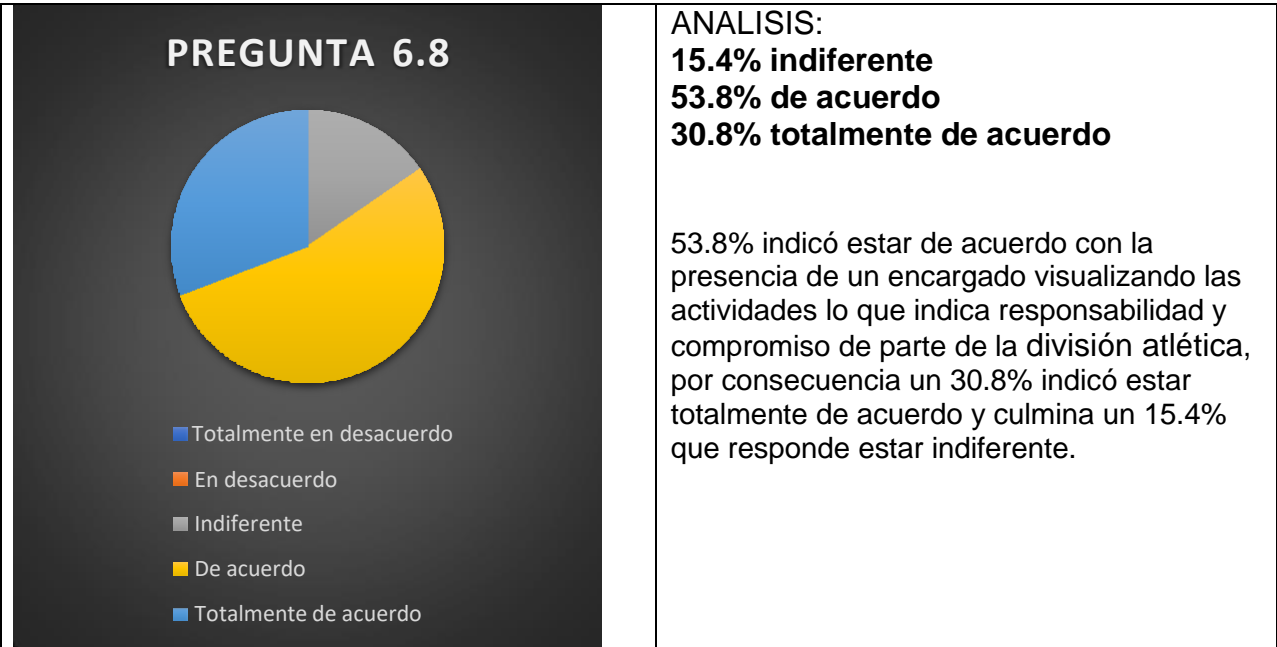
6.6 El aumento de beneficiarios no influye en el desarrollo de las actividades.



6.7 Las diferentes direcciones de las áreas externas de la división atlética se rigen bajo el proyecto general.



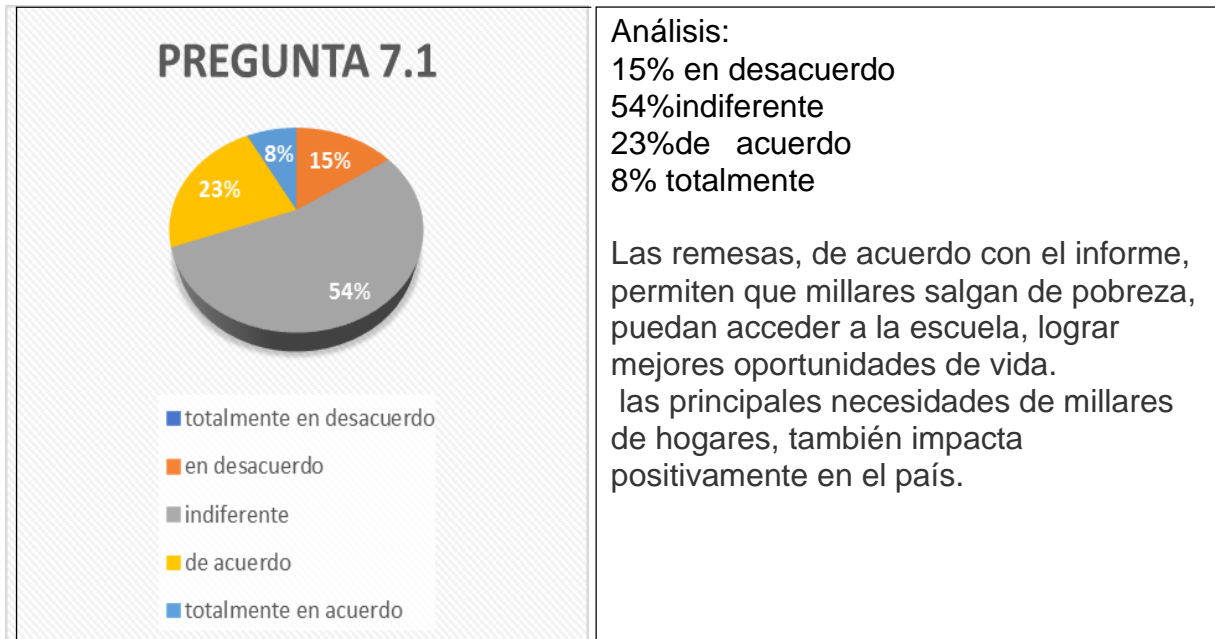
6.8 Hay monitor encargado que esté presente visualizando el desarrollo de las actividades en las diferentes comunidades



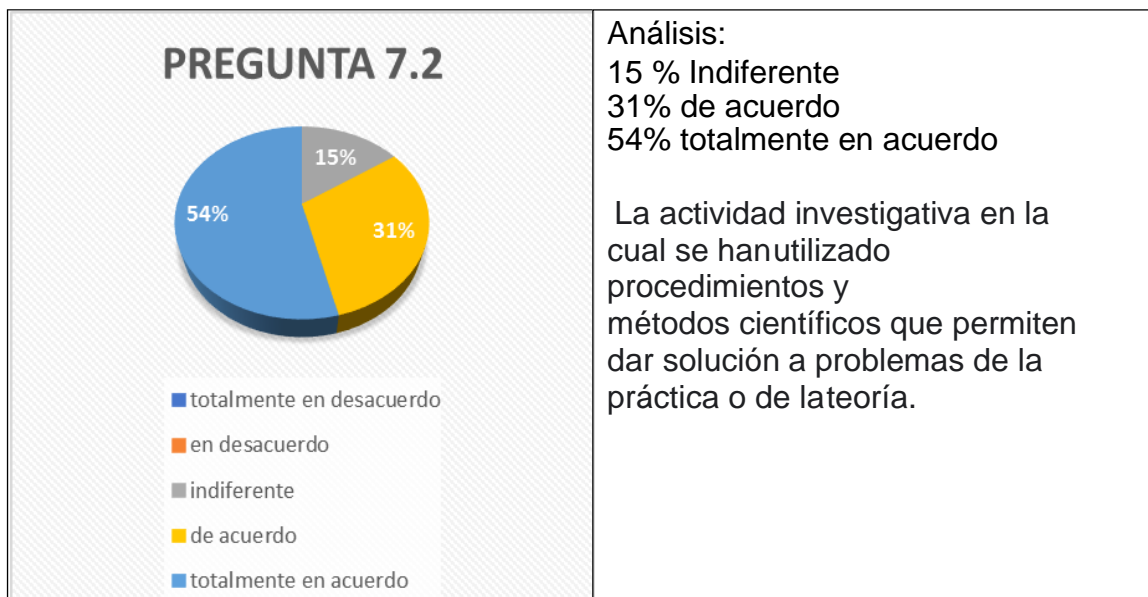
DIMENSIÓN 7

SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS

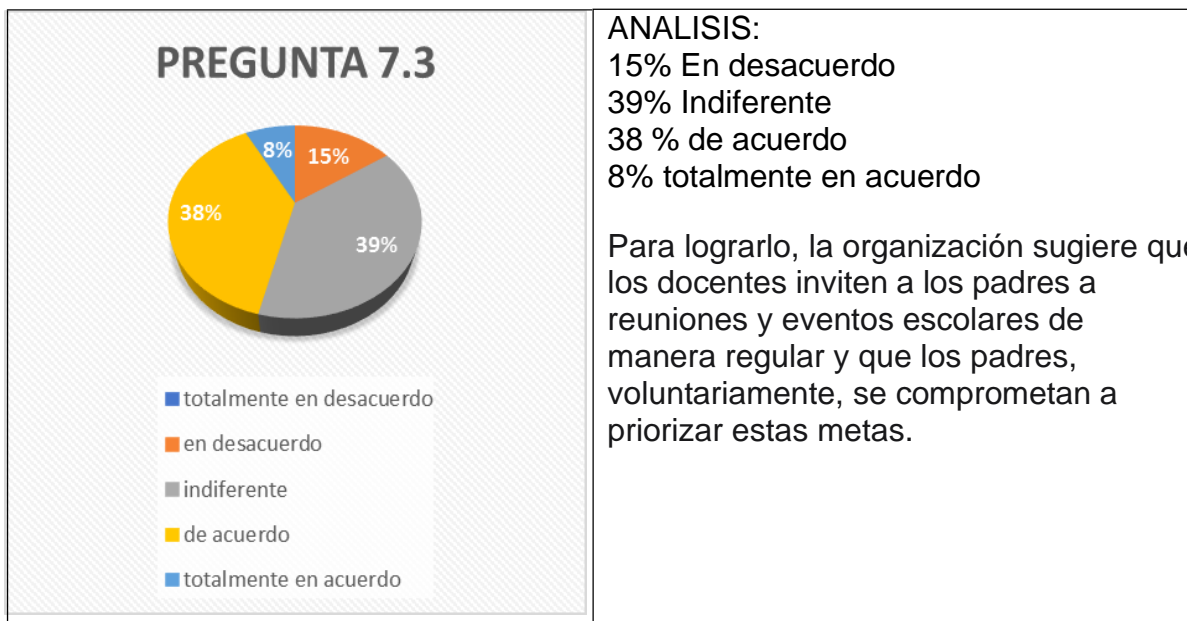
7.1 A la fecha, el incremento de beneficiarios ha aumentado en las diferentes comunidades



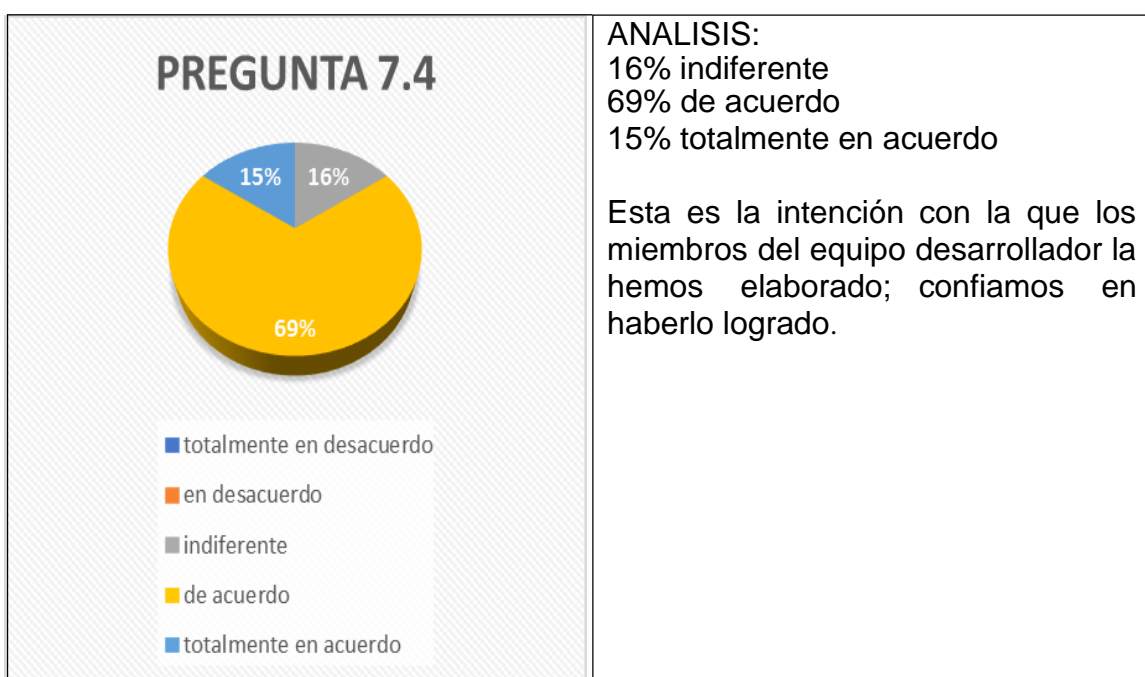
7.2 Los beneficiarios muestran el interés con el servicio que se les brinda



7.3 Los padres o encargados se hacen presente en alguna actividad

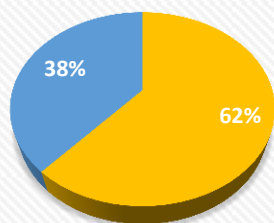


7.4 Los beneficiarios participan en todas o la mayoría de las actividades que se desarrollan en el día



7.5 Ha habido cambios positivos visibles en los beneficiarios

PREGUNTA 7.5



- totalmente en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- totalmente en acuerdo

ANALISIS:

62% de acuerdo

38% totalmente en acuerdo

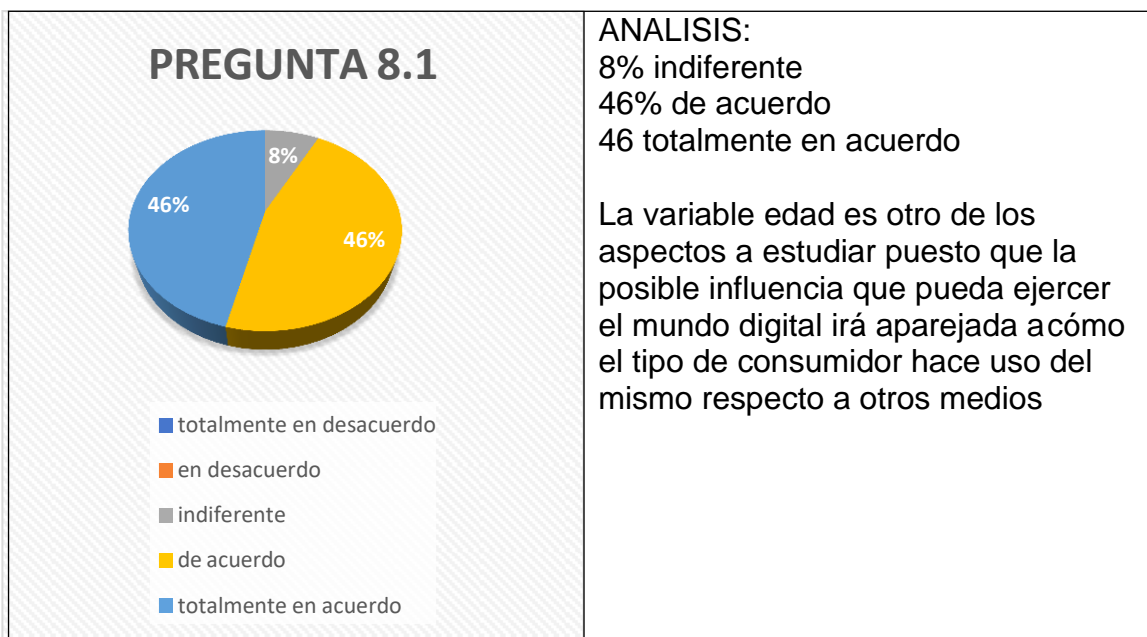
Es así como impulsaremos sociedades más justas, incluyentes y participativas, que tengan posibilidades de alcanzar la paz y el mayor grado de desarrollo humano para todos sus ciudadanos.

Los derechos de la primera infancia en condiciones de equidad, hacemos énfasis en la urgencia de impulsar políticas públicas dirigidas a niños en situación de mayor desventaja (bien sea por cuestiones de pobreza, desigualdades de género y/o edad, de pertenencia étnica, de localización territorial, etc.

DIMENSIÓN 8

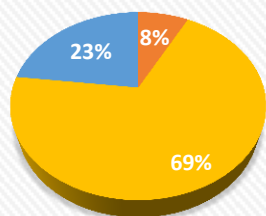
DIRECCIÓN PUBLICITARIA Y SUS COLABORADORES

8.1 Las publicaciones de fotografías, videos, entrevistas o reportajes que se tomándiarriamente se hacen notar en las redes sociales



8.2 Es constante o diario la asistencia de las personas encargadas del área de comunicaciones en las comunidades y lugares citados donde la división atlética se haga presente.

PREGUNTA 8.2



- totalmente en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- totalmente en acuerdo

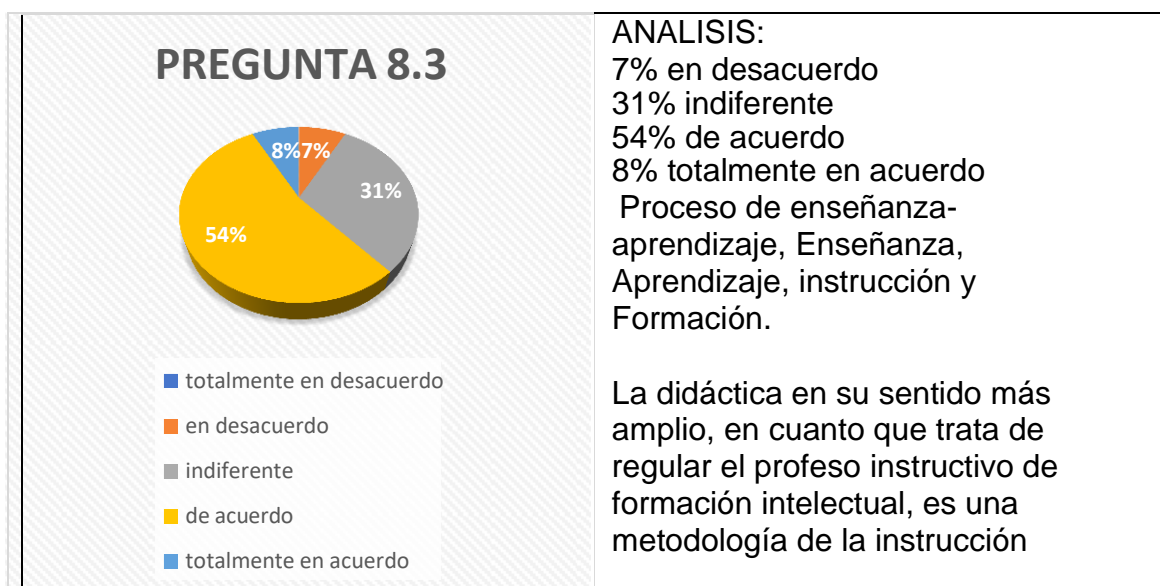
ANALISIS:

8% en desacuerdo

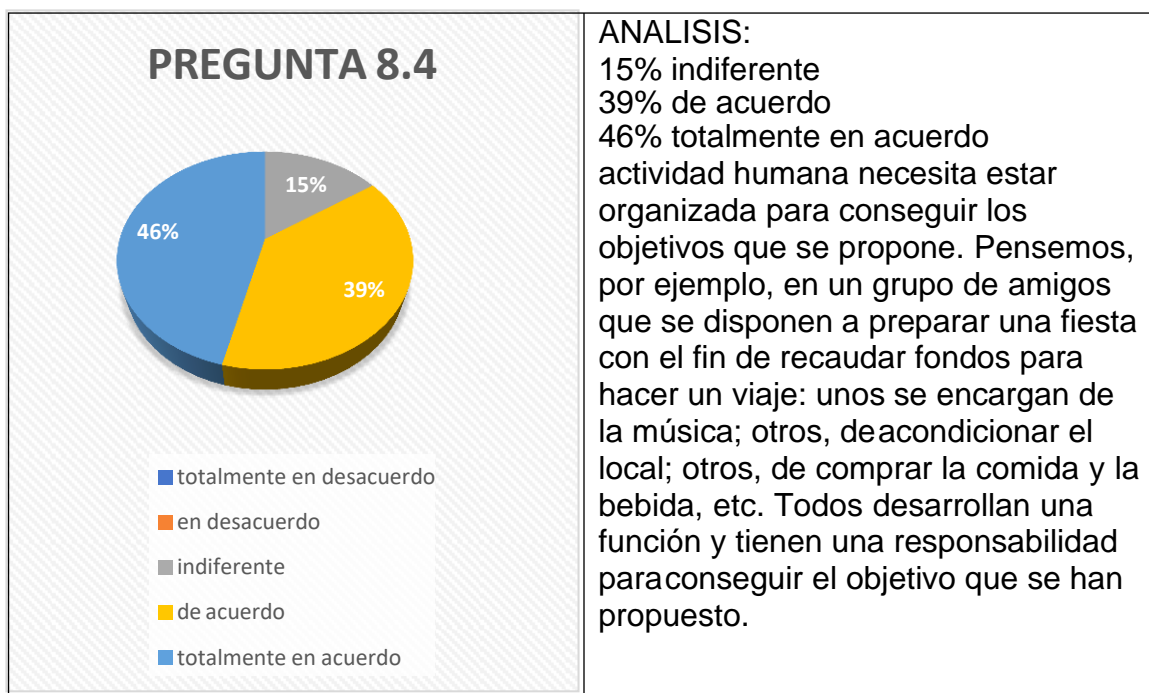
69% de acuerdo

El Desarrollo es un concepto que surge en el seno de las agencias de las Naciones Unidas. Ligado a la propia concepción de desarrollo, ha atravesado por distintas etapas que le han llevado a una travesía desde la concepción más funcionalista al enfoque más participativo. Su coexistencia con otras corrientes de marketing social, que entienden el cambio social y el comportamiento desde el individuo.

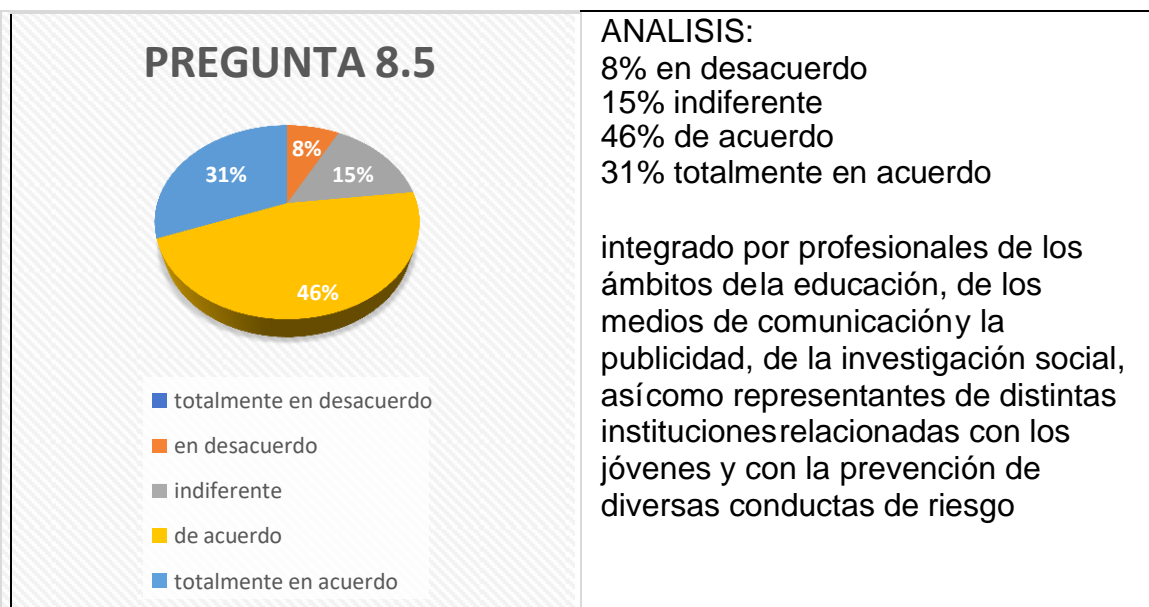
8.3 El personal del área de comunicaciones es suficiente y capaz de cubrir cada uno de los eventos que tiene la división atlética.



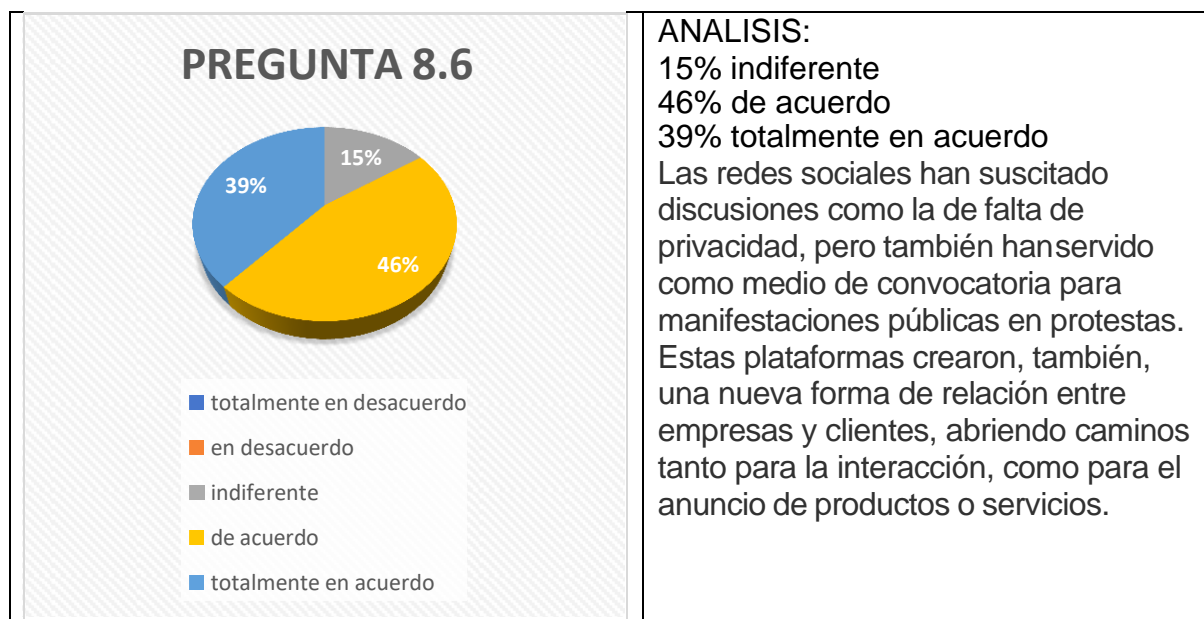
8.4 El personal del área de comunicaciones maneja la información exacta antes de realizar publicaciones



8.5 La publicidad que se le da a la división atlética es precisa, continua e influyente

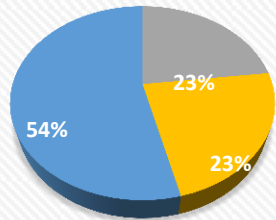


8.6 El manejo de las redes sociales mantiene un buen estatus



8.7 las redes sociales que maneja la división atlética son las más demandadas a nivel mundial

PREGUNTA 8.7



- totalmente en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- totalmente en acuerdo

ANALISIS:

23% indiferente

23% de acuerdo

54% totalmente en acuerdo

La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja, puede haber muchos tipos de lazos entre los nodos.

La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de Redes políticas)

8.8 La tecnología como herramienta para dar a conocer a la división atlética a nivel nacional y exterior es importante: correo electrónico, redes sociales, teléfonos de comunicación, software para presentación, etc.

PREGUNTA 8.8



- totalmente en desacuerdo
- en desacuerdo
- indiferente
- de acuerdo
- totalmente en acuerdo

ANALISIS:

23% de acuerdo

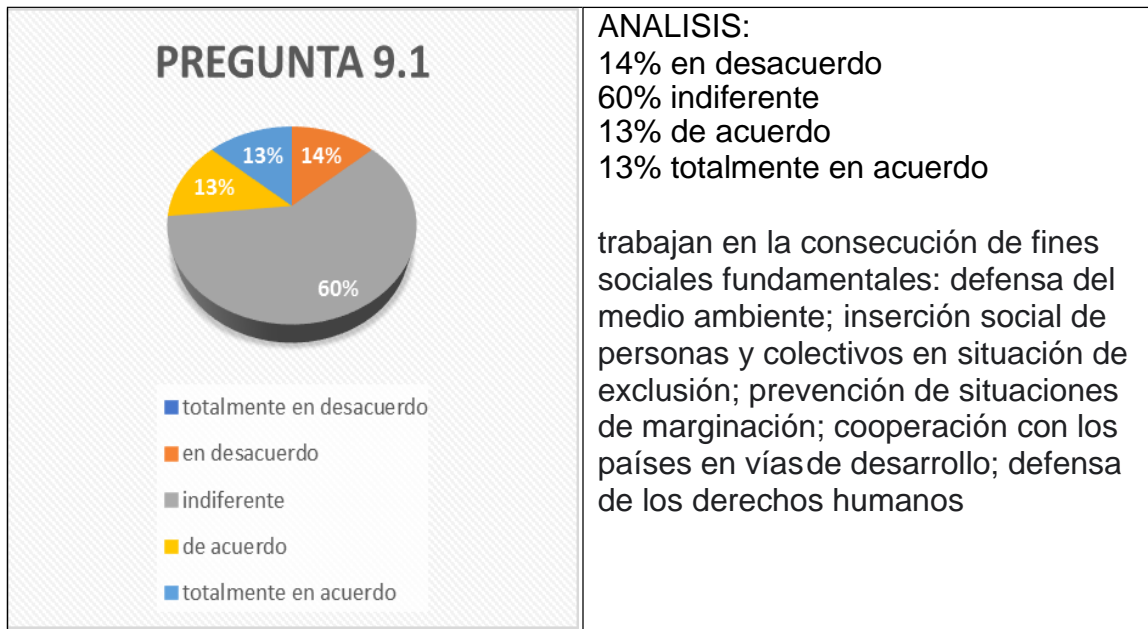
77% totalmente en acuerdo

Es un saber trascendental que genera un auge económico en la sociedad. Su aportación al desarrollo sustentable consiste en la generación de capacidades sociales que permiten mostrar la autonomía socioeconómica para la resolución de los problemas más apremiantes.

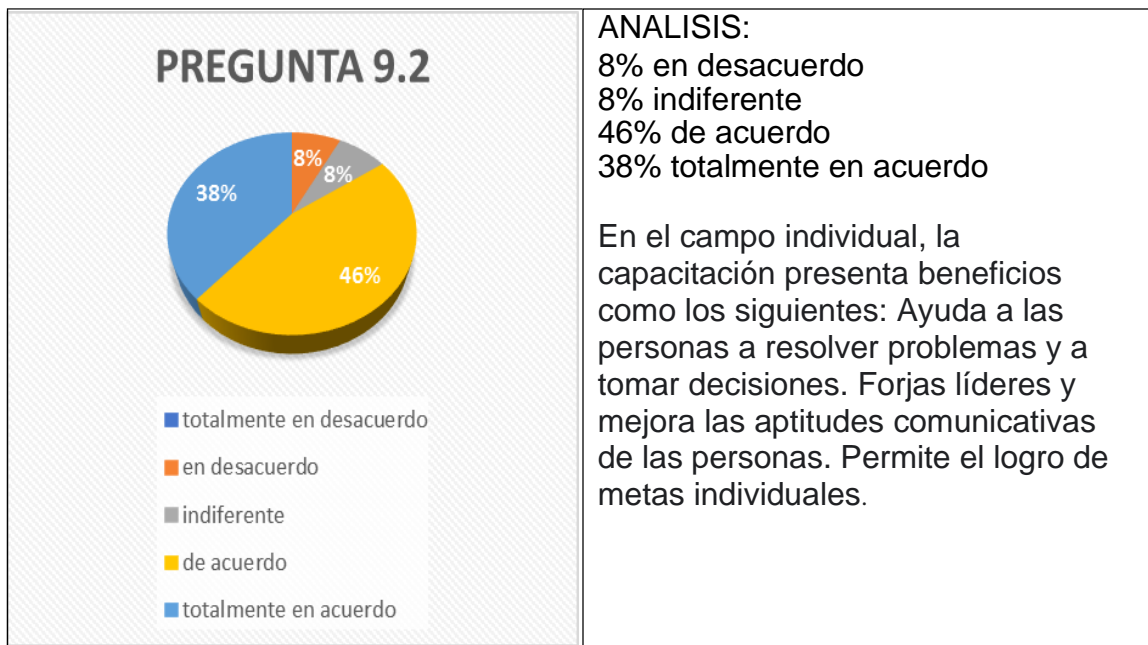
DIMENSIÓN 9

ANÁLISIS DE LOS VOLUNTARIOS QUE LABORAN EN LA DIVISIÓN ATLÉTICA

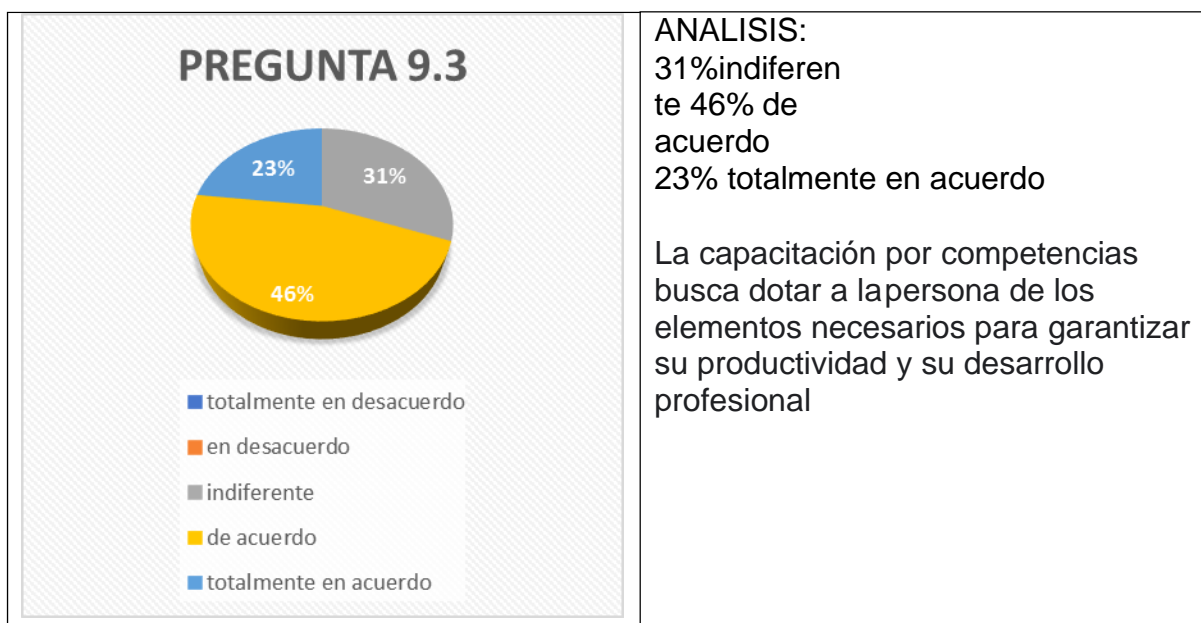
9.1 Los voluntarios de la división atlética son responsables en los horarios



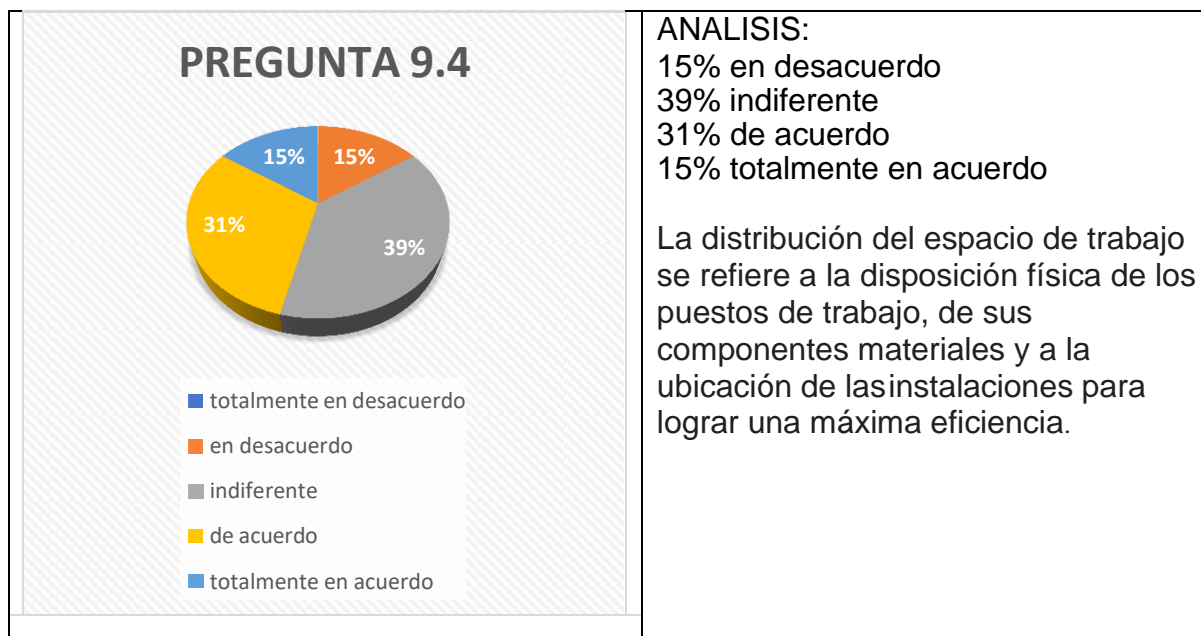
9.2 Las capacitaciones que se les brindan son de ayuda



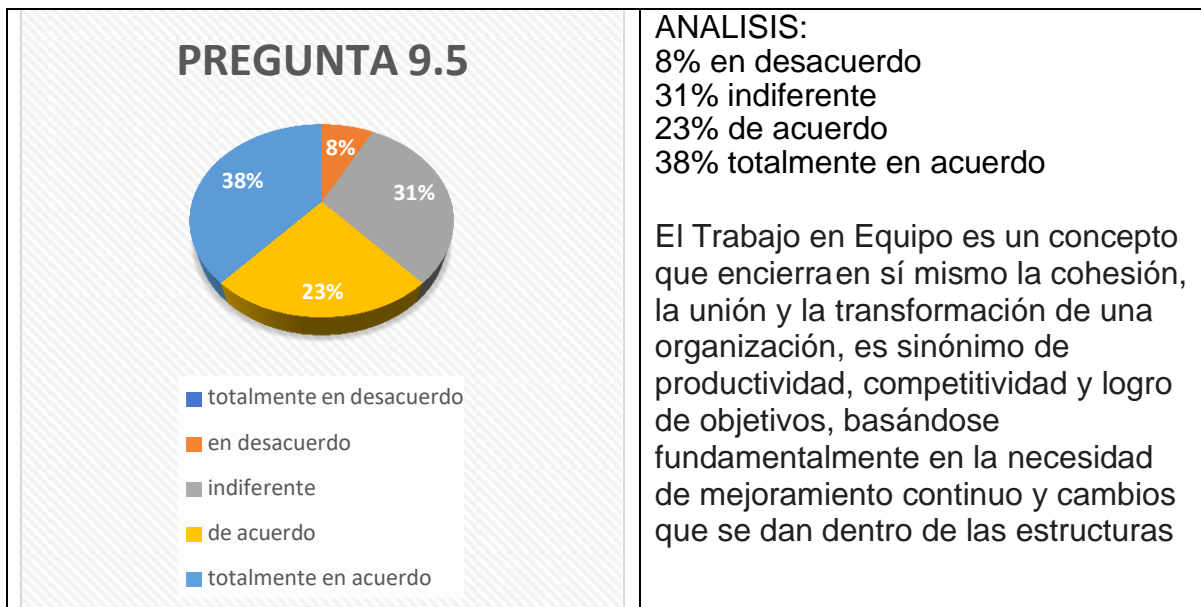
9.3 Las capacitaciones que se les han brindado se han puesto en práctica en el campo laboral



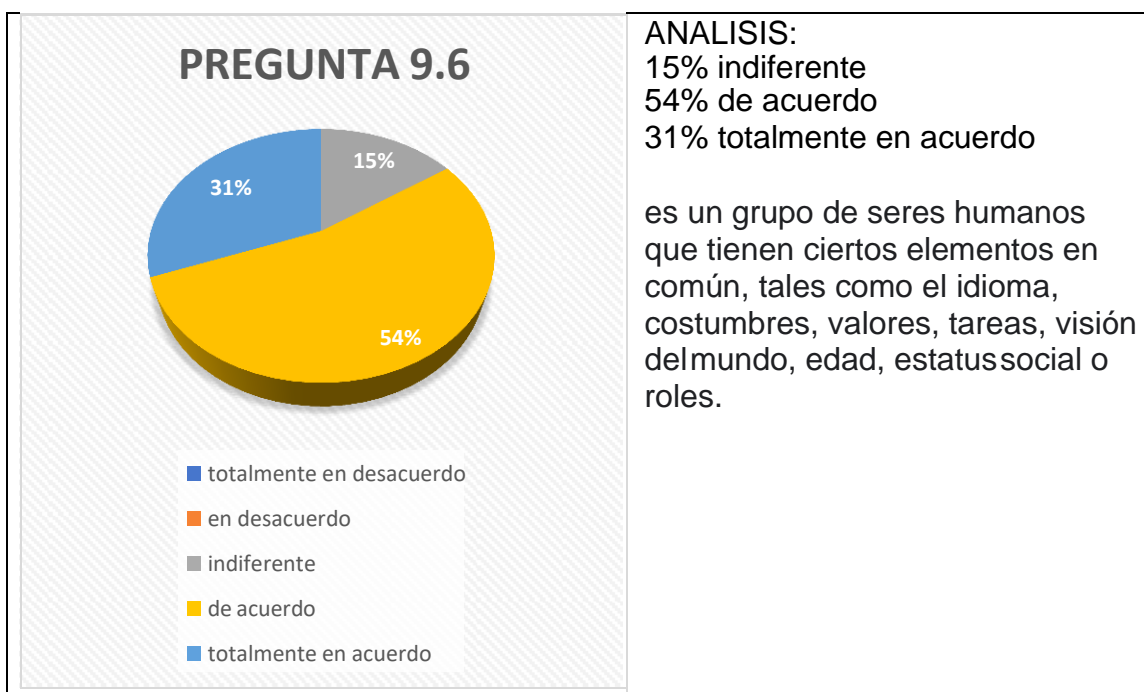
9.4 La distribución del trabajo en el campo se realiza con anticipación



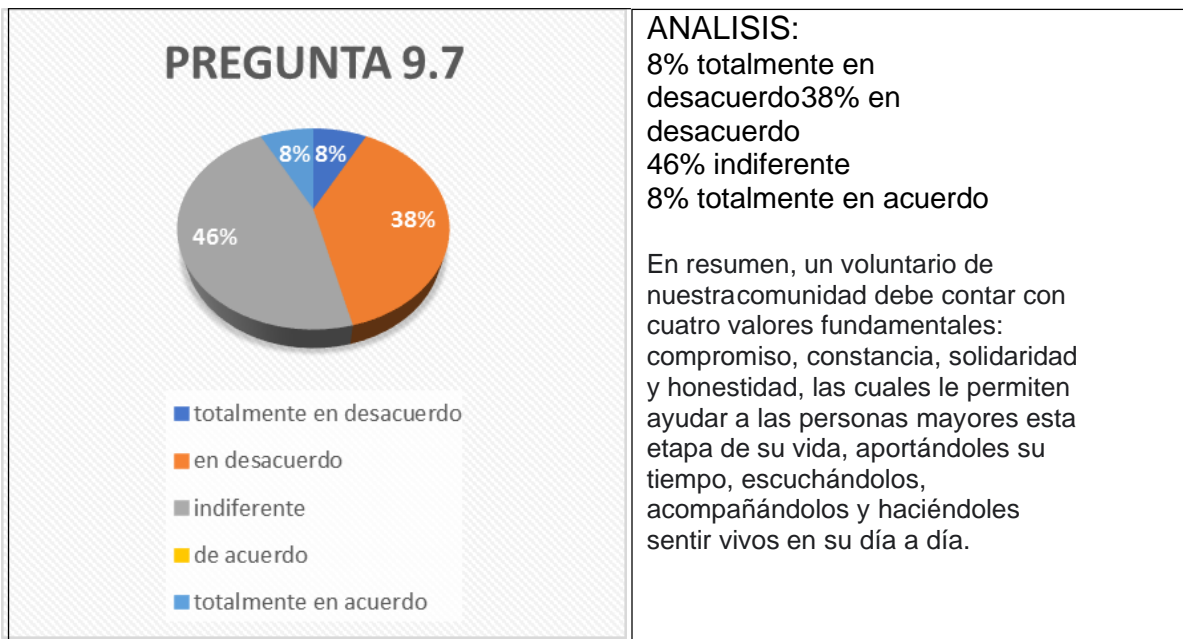
9.5 la distribución del cargo en el campo no es problema para el trabajo en equipo



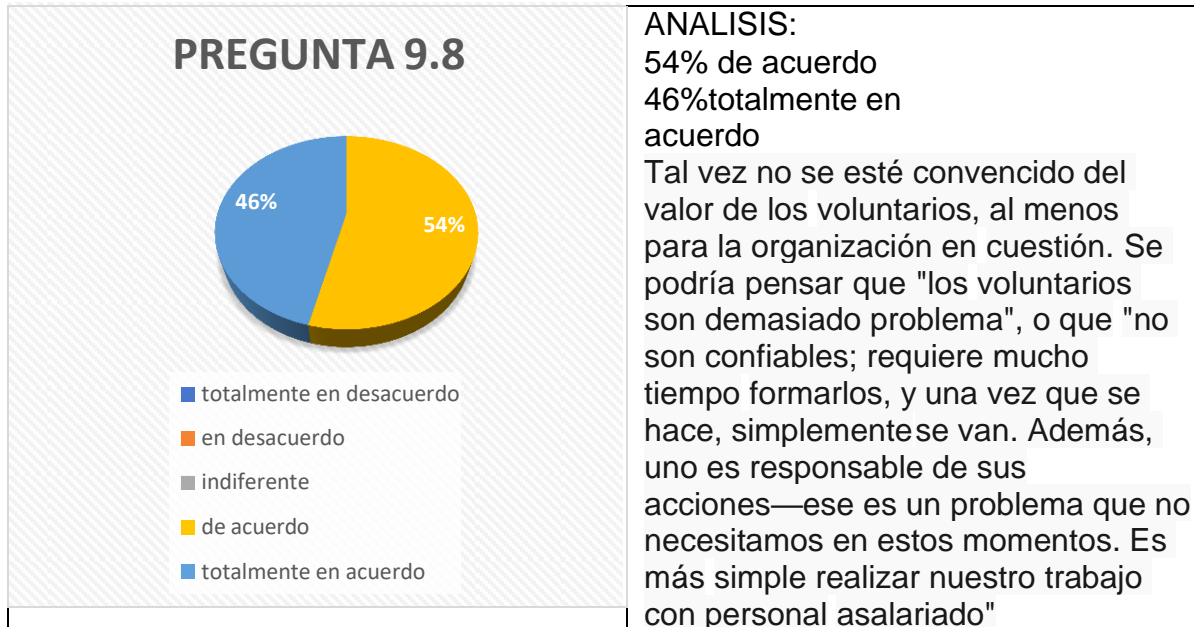
9.6 Se comunican, sociabilizan y trabajan bien en conjunto dentro de las comunidades



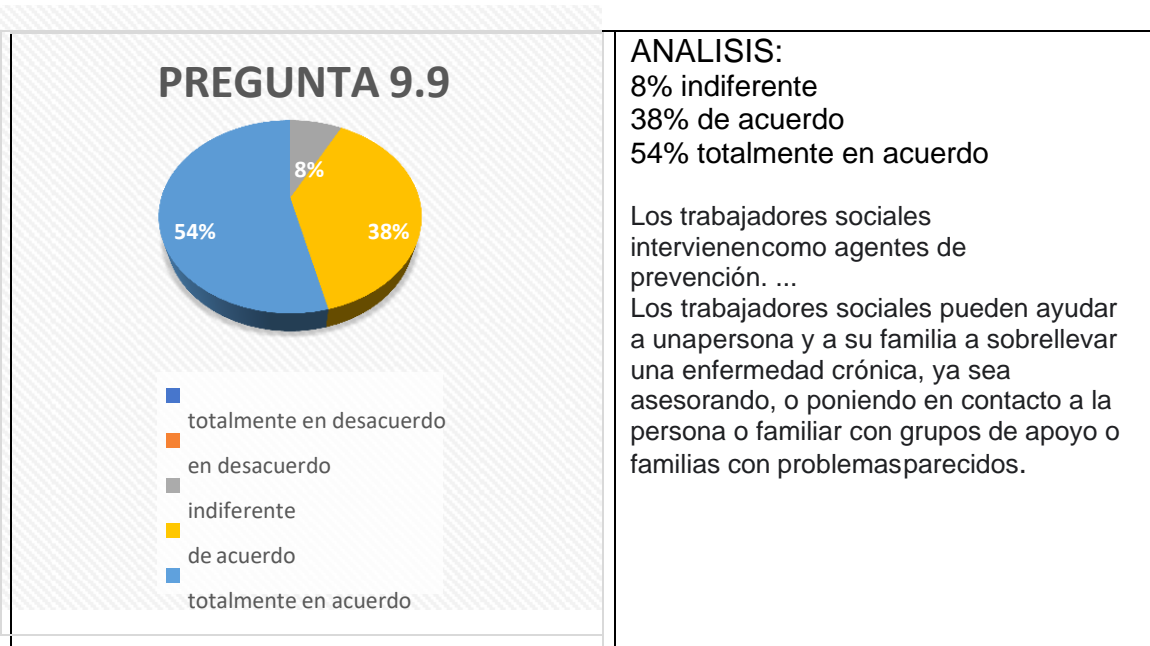
9.7 Todos los voluntarios trabajan por igual



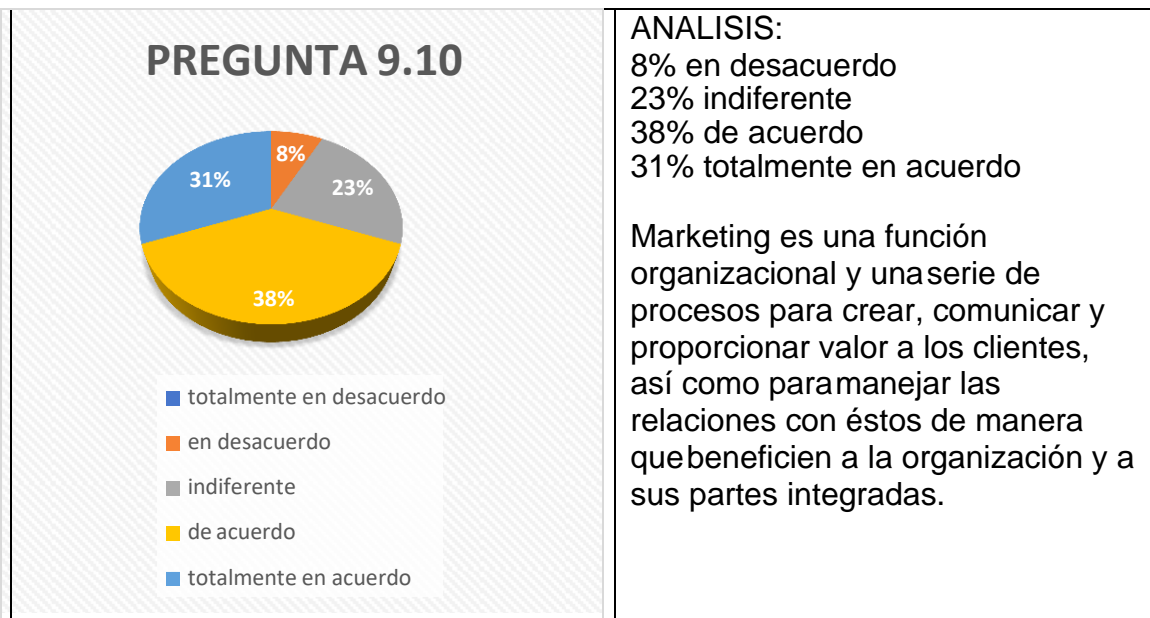
9.8 La cantidad de voluntarios es apta para cubrir las áreas de trabajo



9.9 Participan en las actividades mayores donde dan a conocer el trabajo de la división atlética.



9.10 El trato que se le ha dado ha sido un incentivo para seguir formando parte de la división atlética.



Conclusión

El proyecto desarrollado sobre las estrategias de marketing deportivo aplicadas a la gimnasia rítmica en el ámbito escolar ha permitido comprender a profundidad cómo este enfoque puede transformar la percepción y el alcance de este deporte dentro de una comunidad educativa. La gimnasia rítmica, al ser una disciplina que combina arte, técnica y deporte, enfrenta retos en su promoción, especialmente frente a otras actividades más tradicionales. Sin embargo, el análisis realizado evidencia que el marketing deportivo no solo es una herramienta válida, sino necesaria, para posicionarla como una opción atractiva y enriquecedora para los estudiantes.

Los resultados obtenidos muestran que las estrategias de marketing que integran recursos visuales impactantes, comunicación digital efectiva y eventos presenciales de alta calidad generan un cambio significativo en la percepción de los estudiantes y sus familias hacia la gimnasia rítmica. Estas acciones no solo aumentan la visibilidad del deporte, sino que también lo posicionan como una actividad que fomenta valores fundamentales como la disciplina, la creatividad, la resiliencia y el trabajo en equipo, elementos clave para el desarrollo integral del estudiante.

Además, la investigación subraya la importancia de la participación de la comunidad escolar en estas estrategias. La colaboración entre docentes, padres y estudiantes crea un entorno más receptivo y comprometido, lo que contribuye a la sostenibilidad de la gimnasia rítmica en el colegio. La fidelización de los estudiantes que ya practican este deporte se ve fortalecida cuando las estrategias de marketing logran conectar con sus intereses y emociones, reforzando su sentido de pertenencia y su compromiso con la disciplina.

Asimismo, el proyecto destaca el papel crucial de la innovación. Las instituciones educativas, al implementar estrategias de marketing creativo, pueden marcar una diferencia significativa no solo en la promoción del deporte, sino también en la creación de una identidad institucional que valora y fomenta actividades menos convencionales como la gimnasia rítmica. Esto incluye la posibilidad de utilizar plataformas digitales y redes sociales para alcanzar un público más amplio, así como la organización de eventos inclusivos que muestren la belleza y el potencial del deporte.

En un plano más amplio, se concluye que el marketing deportivo en el ámbito escolar trasciende su objetivo inicial de promoción y se convierte en una herramienta de transformación social. La gimnasia rítmica, como muchos otros deportes, tiene el poder de influir positivamente en la vida de los estudiantes, enseñándoles habilidades que trascienden el ámbito deportivo y contribuyen a su desarrollo personal. Las estrategias planteadas en este proyecto no solo fomentan la participación estudiantil, sino que también establecen una base sólida para que este deporte alcance mayor reconocimiento y aprecio en el contexto educativo y deportivo general.

Por último, esta investigación deja un mensaje claro: cuando se combinan creatividad, planificación estratégica y un compromiso genuino por promover valores a través del deporte, es posible construir una comunidad escolar más inclusiva, motivada y comprometida con el desarrollo integral de sus estudiantes. La gimnasia rítmica, apoyada por un enfoque de marketing bien diseñado, puede convertirse en un símbolo de estos valores, mostrando que el deporte es mucho más que actividad física; es una herramienta para inspirar, conectar y transformar vidas.

REFERENCIAS

7. *Estrategias para asegurar patrocinios*
Fundamentos del patrocinio deportivo: Basados en principios de marketing y relaciones públicas, como se detalla en textos como “Marketing Deportivo” de Philip Kotler y Kevin Keller, adaptados al ámbito escolar.
Propuestas de valor para patrocinadores: Inspiradas en plantillas de diseño de propuestas comerciales y estrategias de branding. Herramientas como Canva y guías sobre cómo atraer patrocinadores publicadas por asociaciones deportivas.
8. *Metodología CANVAS*
Basada en el modelo Business Model Canvas desarrollado por Alexander Osterwalder en su libro “Business Model Generation”, ajustado para aplicaciones en proyectos educativos y deportivos.
9. *Análisis FODA y 5 fuerzas de Porter*
Los fundamentos del análisis FODA provienen de herramientas estándar de gestión estratégica, basadas en “Exploring Strategy” de Johnson, Scholes y Whittington.
Las 5 fuerzas de Porter fueron adaptadas del modelo original desarrollado por Michael E. Porter en “Competitive Strategy” y contextualizadas para proyectos escolares.
10. *Cadena de Valor*
Basada en la metodología de Value Chain Analysis desarrollada por Michael Porter en “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”, adaptada al desarrollo de programas deportivos.
11. *Presupuesto*
Las estimaciones de costos para equipamiento y uniformes fueron basadas en precios promedio de materiales deportivos disponibles en tiendas como Decathlon y Amazon.
Los costos de publicidad y personal fueron ajustados según estándares observados en proyectos escolares publicados en informes de organizaciones como Global Sports Development.
12. *Fuentes adicionales e inspiración*
Herramientas prácticas como Canva para el diseño de propuestas visuales.
Estrategias de redes sociales adaptadas de publicaciones de Hootsuite y HubSpot sobre marketing en redes.

