



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Propuesta de un modelo de gestión para fomentar el deporte en la
parroquia Posorja**

AUTORA:

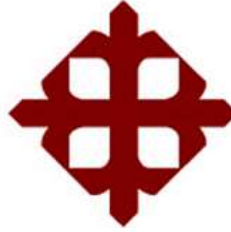
Jessenia Katerine Piza Ortiz

**Previo a la obtención del Grado Académico:
MASTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTOR:

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs

**Guayaquil, Ecuador
2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la **Ing. JESSENIA KATERINE PIZA ORTIZ**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs

REVISOR

Ing. Ángel Castro Peñarreta, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 10 días del mes de julio del año 2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jessenia Katerine Piza Ortiz

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación **PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA FOMENTAR EL DEPORTE EN LA PARROQUIA POSORJA**, previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente, este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 10 días del mes de julio del año 2023

EL AUTOR

Jessenia Katerine Piza Ortiz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Jessenia Katerine Piza Ortiz** autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA FOMENTAR EL DEPORTE EN LA PARROQUIA POSORJA** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 10 días del mes de julio del año 2023

LA AUTORA:

Jessenia Katerine Piza Ortiz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

REPORTE URKUND

secure.orkund.com/old/view/154897188-902008-256095#BcEvDoAgEATAv18vzO3dAcXjUhaikoTT+32k3PDPUTUDQQAczFCowwhRmMietclU7PCLiCLPfo1+9HaOdocol...

Gmail YouTube Maps

URKUND Abrir sesión

Documento	Lista de fuentes	Bloques												
<p>Documento: PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN 08-12-2022 Rev ACP.docx (D163053406)</p> <p>Presentado: 2023-03-24 09:01 (-05:00)</p> <p>Presentado por: kattyaliza@hotmail.com</p> <p>Recibido: maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com</p> <p>Mensaje: RV - Correcciones de proyecto Jessenia Piza Mostrar el mensaje completo</p> <p>2% de estas 47 páginas, se componen de texto presente en 9 fuentes.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Enlace/nombre de archivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>https://repositorio.udca.edu.co/bitstream/11138/799/1/Trabajo%20de%20grado%20GUSTO%20</td> </tr> <tr> <td></td> <td>http://repositorio.unab.cl/handle/bitstream/handle/ria/14442/1/30465_Lobo_T_E_futbol_inf</td> </tr> <tr> <td></td> <td>https://www.repositor.com/docview/2545169453?fromopenview=true&open=scriptes/scholar&</td> </tr> <tr> <td></td> <td>http://repositorio.info.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/3017/65811851325689E.pdf?se</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil / D54466308</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Enlace/nombre de archivo		https://repositorio.udca.edu.co/bitstream/11138/799/1/Trabajo%20de%20grado%20GUSTO%20		http://repositorio.unab.cl/handle/bitstream/handle/ria/14442/1/30465_Lobo_T_E_futbol_inf		https://www.repositor.com/docview/2545169453?fromopenview=true&open=scriptes/scholar&		http://repositorio.info.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/3017/65811851325689E.pdf?se		Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil / D54466308	<p>48% #1 Activo</p> <p>UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</p> <p>CERTIFICACIÓN</p> <p>Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. JESSENA KATERINE PIZA ORTIZ, como requerimiento parcial para la obtención del</p> <p>Grado Académico de Master en Administración de Empresas</p> <p>DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>_____ (nombres, apellidos)</p> <p>REVISOR(A)</p> <p>_____ (nombres, apellidos)</p> <p>DIRECTORA DEL PROGRAMA</p> <p>_____ María del Carmen Lapo Maiza, Ph.D.</p>
Categoría	Enlace/nombre de archivo													
	https://repositorio.udca.edu.co/bitstream/11138/799/1/Trabajo%20de%20grado%20GUSTO%20													
	http://repositorio.unab.cl/handle/bitstream/handle/ria/14442/1/30465_Lobo_T_E_futbol_inf													
	https://www.repositor.com/docview/2545169453?fromopenview=true&open=scriptes/scholar&													
	http://repositorio.info.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/3017/65811851325689E.pdf?se													
	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil / D54466308													

Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / D14903029

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE INGENIERÍA EN CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Héctor Patricio Panta Mera, como requerimiento parcial para la obtención del

48%

Buscar

ESP 10:25
LAA 29/03/2023

AGRADECIMIENTO

Al Todopoderoso, por darme las fuerzas necesarias para avanzar en tan arduo proyecto,

A mis padres, Marlene y Francisco quienes han estado pendientes de mí con amor y paciencia, a mi esposo Cristhian Luzon quien siempre me brinda su apoyo y amor incondicional.

Al Alma Mater, conjuntamente con sus docentes, excelentes guías de la gestión del conocimiento.

A todos ellos, mi eterno agradecimiento.

Jessenia Katerine Piza Ortiz

DEDICATORIA

A mi familia y amigos, quienes me aconsejaron constantemente en no rendirme, dedico este esfuerzo a mis hijos buscando dejarles el mejor ejemplo, esperando tengan motivo de inspiración en sus vidas, Dariana, Kristhy y Cristhian.

A la comunidad de la parroquia Posorja, quienes, sin su aporte, no hubiera podido obtener la información necesaria para avanzar el proyecto.

Jessenia Katerine Piza Ortiz

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
REPORTE URKUND	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
Resumen	XI
Introducción	1
Antecedentes	3
Planteamiento de la investigación o problema	6
Formulación del Problema	9
Justificación.....	9
Preguntas de investigación	11
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Capítulo I Marco teórico	12
Gestión estratégica	12
Factores internos del fomento del deporte	14
Factores externos.....	15
Deporte y actividad física.....	17

Deporte y la salud física y mental	18
Modelo de gestión	23
Modelos de gestión en el deporte	24
Modelo de administración de fondos	27
Capítulo II Marco referencial	30
Investigaciones internacionales	30
Investigaciones Nacionales	31
Marco legal.....	34
Capítulo III Marco Metodológico	39
Enfoque de la Investigación	39
Estudio exploratorio	40
Método de Investigación	39
Método Analítico.....	40
Alcance de Investigación.....	40
Procesamiento de la información	42
Técnica	43
Instrumento.....	43
Población.....	44
Principales Hallazgos de las entrevistas	45
Entrevista 1	45
Entrevista 2.....	47
Entrevista 3.....	48
Entrevista 4.....	49
Capítulo IV Propuesta	54
Tema de la Propuesta	54
Objetivos de la propuesta	54
Objetivo general	54

Objetivos específicos.....	54
Justificación de la propuesta.....	54
Organigrama de la fundación auspiciada por la empresa privada.....	55
Desarrollo de la Propuesta.....	55
Presupuesto de la propuesta	56
Misión.....	60
Fortalezas	60
Oportunidades	61
Debilidades.....	63
Amenazas	65
Cronograma de la propuesta.....	79
Conclusiones	80
Recomendaciones.....	81
Bibliografía.....	82
Anexos.....	87

Resumen

El presente trabajo de investigación contempla la propuesta de un modelo de gestión para fomentar el deporte en la parroquia Posorja. La cual surge de la necesidad de involucrar a las empresas privadas locales con la comunidad, considerando las bases fundamentales para el desarrollo del deporte a partir de varias formas de administración y gestión. Como objetivo se planteó diseñar un modelo de gestión para fomentar la actividad deportiva de los niños y jóvenes de la parroquia Posorja del Cantón Guayaquil. El enfoque fue cualitativo, el cual permitió recabar información racional y sistemática pudiendo determinar los elementos de un modelo de gestión para impulsar el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja mediante el análisis de factores internos y externos. El diseño de la investigación se realizó mediante un estudio exploratorio y descriptivo. A partir de los supuestos teóricos estudiados y en base al marco contextual de la parroquia Posorja se plantearon los siguientes elementos del modelo de gestión: Desarrollo de la planificación estratégica, manual de procedimientos, estrategias de talento humano, estrategias de marketing deportivo y desarrollo de estrategias financieras. También se pudo concluir que las empresas locales no conocen la importancia de invertir en el deporte, ya que es un negocio muy atractivo y rentable. Actualmente existen espacios a invertir como el televisivo, el radial e incluso de ballas publicitarias, que incorpore el patrocinio a potenciales deportistas.

Palabras clave: modelo, gestión, deporte, empresa privada

Abstract

This research work contemplates the proposal of a management model to promote sports in the Posorja parish. Which arises from the need to involve local private companies with the community considering the fundamental bases for the development of sport from various forms of administration and management. As an objective, it was proposed to design a management model to promote the sports activity of children and young people of the Posorja parish of the Guayaquil Canton. The approach was qualitative, which allowed the collection of rational and systematic information, being able to determine the elements of a management model to promote sport and physical activity in the Posorja parish through the analysis of internal and external factors. The research design was carried out through an exploratory and descriptive study. From the theoretical assumptions studied and based on the contextual framework of the Posorja parish, the following elements of the management model were proposed: Development of strategic planning, procedures manual, human talent strategies, sports marketing strategies and development of strategies. financial. It was also possible to conclude that local companies do not know the importance of investing in sports, since it is a very attractive and profitable business. Currently there are spaces to invest such as television, radio and even advertising ballas, which incorporates the sponsorship of potential athletes.

Keywords: model, management, sport, private company

Introducción

El propósito de la presente investigación es identificar mecanismos para promover el deporte de manera sostenible en la parroquia Posorja perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, conforme a las necesidades de la demanda y las características de la oferta. Con los resultados obtenidos luego de la aplicación de un modelo de gestión de carácter administrativo y de mercado, así como su viabilidad para fomentar el deporte.

Fomentar el deporte no es solo un compromiso a nivel gubernamental, contemplado en el estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, el cual faculta al presidente de la República a delegar al ministro del ámbito deportivo, la aprobación de los estatutos de las casas deportivas o corporaciones, y el otorgamiento de personalidad jurídica. El deporte es necesario para que las personas puedan alcanzar una óptima condición física y mental, siendo la realidad deportiva de Posorja relegada a una actividad consistente en la regata anual Guayaquil-Posorja, lo cual hace evidente la demanda de sistematizar productos o servicios que cumplan con la comunidad donde existe la necesidad de las personas que anhelan realizar actividades en el campo del deporte y la salud en un espacio concreto de la ciudad.

La importancia del presente trabajo de investigación es producto de los resultados que se pudieron obtener al impulsar el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja mediante el análisis de los factores sociales ya sean internos o externos de la comunidad. Se ha demostrado en investigaciones como las de Vega (2008), Rodríguez (2012), González (2014), Videgaray (2014), Romo (2015), Solórzano (2015), Blanco (2016), Rodríguez (2016) y Morales (2018) entre otras, que la creación de estructuras de organizaciones no

gubernamentales deportivas es factible y viable. De esta forma se podrán proponer acciones que conlleven a la práctica del deporte.

El objetivo general del presente trabajo es, determinar los mecanismos de apoyo a través de entidades públicas y privadas proclives a financiar la práctica deportiva mediante un modelo de gestión con el objetivo de fortalecer la actividad deportiva en la parroquia Posorja del cantón Guayaquil conforme a las necesidades de la demanda y las características de la oferta.

Solórzano (2015) señala que el modelo de gestión es necesario para fomentar el deporte con el fin de conocer la posibilidad de poder desarrollar un negocio o proyecto, teniendo en cuenta las necesidades de niños y jóvenes por recrearse, jugar y practicar el deporte en general. Proponer un modelo de gestión hace énfasis en la gestión oportuna de los recursos financieros a través de las empresas privadas, ya que estas deben pagar unos impuestos al Estado por las utilidades que generan, de los cuales pueden recibir algunos beneficios si se demuestra que se están realizando obras de responsabilidad social; dado lo anterior el modelo de gestión puede formar parte del accionar de la empresa pública y privada independientemente de los beneficios de carácter tributario y con la capacidad de generar y manejar recursos sociales por su cuenta.

El trabajo de investigación se encuentra estructurado de cuatro capítulos de la siguiente manera:

En el CAPÍTULO I se analiza el problema de investigación conformado por el tema de investigación del problema, se establecen las bases teóricas y conceptuales referentes a factores internos y externos de las actividades físicas, así como los elementos necesarios para su aplicación.

El CAPÍTULO II está conformado por marco referencial, que contiene antecedentes investigativos, fundamentación teórica y legal y señalamiento de variables.

El CAPÍTULO III relacionado con la metodología, describe la modalidad de la investigación, nivel y tipo, población y muestra, operacionalización de variables que permita determinar la viabilidad de un modelo de gestión deportiva en la parroquia Posorja.

El CAPÍTULO IV se encuentra la propuesta, la cual consiste en el diseño de un modelo de gestión deportiva para fomentar diferentes disciplinas atléticas para beneficio de la comunidad de la parroquia Posorja, así como las conclusiones y recomendaciones encontradas a lo largo de todo el proceso de investigación.

Antecedentes

Como antecedentes se analizaron investigaciones previas de la situación actual en referencia al deporte en Posorja, que permitieron tener un mejor conocimiento sobre la necesidad de proponer un modelo de gestión para fomentar y apoyar el surgimiento de nuevos deportistas desde el punto de vista administrativo y empresarial, por tal motivo se consideraron los siguientes referentes:

Gavilanes (2018) demostró la necesidad de gestionar la implementación de una escuela de fútbol para acoger a niños y jóvenes de la comunidad, bajo la dirección y entrenamiento de un entrenador especializado, en el referido estudio se determina que la gestión no solo consiste en la instalación de una escuela de fútbol o la creación de canchas, sino la importancia de realizar gestiones para cultivar nuevos deportistas, así como la entrega de implementos, uniformes y equipos necesarios para trabajar de manera óptima.

La prefectura del Guayas, como organismo vigilante de obras para la comunidad, manifestó su respaldo a los ciudadanos que gustan del deporte a través de la creación de espacios donde los niños puedan practicar el fútbol, por lo que la gestión entre el sector privado y la junta parroquial de Posorja debe ser fomentado.

El director de Deportes de la municipalidad de Guayaquil, Sr. Carlos Álvarez junto a un grupo de ciudadanos de la junta parroquial de Posorja, examinaron terrenos donde se puede construir espacios deportivos. Esta gestión tiene como misión socializar a la comunidad aquellos planes que se efectuarán en un futuro próximo en todas las parroquias rurales de la ciudad de Guayaquil.

Posteriormente, en el km. 21 de la vía Data Posorja se edificó un cerramiento para las explanadas de fútbol situadas en la parroquia. También se tiene proyectado en el 2023 la colocación de una cancha de césped sintético de una longitud 100m x 60m. Entre las edificaciones deportivas para la referida parroquia está la construcción de una pista atlética semiprofesional, que poseerá una extensión de 300 metros y estará conformada por dos carriles de 100 metros y otra destinada a una zona de salto de 50 m.

Los antecedentes expuestos se concentran en la creación de espacios sólo destinados para el fútbol, por lo que se debe gestionar con miras a la explotación de todo el potencial que tienen los ciudadanos en la práctica de diferentes disciplinas deportivas y atléticas.

En otros contextos, González (2021) indicó que la gestión de deportes tiene un fuerte referente en el continente europeo, la organización de trabajo en la esfera deportiva está en constante reestructuración para generar ingresos económicos de gran importancia, además de conservar y fomentar la inversión, el sector privado otorga estabilidad y surgimiento a las

organizaciones deportivas en dicho continente. La gestión deportiva, ha servido para fortalecer más de una disciplina dando garantías firmes a los socios, deportistas y accionistas.

La gestión deportiva, puede alcanzar sus objetivos si se basa adecuadamente en el análisis de indicadores establecidos y al destinar las mejores decisiones en beneficio de estos, no basta con una visión o el posible interés de generar beneficios económicos, se tiene que conocer las bases fundamentales para el desarrollo del deporte a partir de varias formas de administración y gestión.

En el contexto educativo, actualmente solo la Universidad de las Américas con sede en Quito ofrece la carrera de gestión deportiva, por lo que son pocos los profesionales conocedores de los conceptos sobre el entorno empresarial, la estructura organizacional y funcionamiento de diferentes instituciones deportivas a nivel de contabilidad, marketing y administración.

Saldarriaga (2017) realizó un estudio que demostró que la gestión de deportes en comunidades aledañas a las grandes ciudades incidía en el cumplimiento de programas recreo-deportivo vinculados eficazmente a la mayoría del grupo poblacional pues la falta de planeación de los departamentos técnicos pertenecientes a los gobiernos municipales y la desorganización de los programas socio-deportivos producían descoordinación interinstitucional, afectando las posibilidades o las alternativas de fomentar las diferentes disciplinas deportivas.

Por su parte, Sánchez (2021) argumentó que la falta de espacios estructurales y el manejo eficaz de recursos para la iniciación de la práctica de deportes específicos incidían en los índices de salud de la ciudad de Ambato, se estudió la contribución de la gestión deportiva para cambiar los hábitos monótonos de los ciudadanos los cuales presentaban un deterioro en la calidad de vida, esto demostró que el deporte se puede convertir en uno de los aliados más eficaces para el progreso físico e integral de las personas en la sociedad. Por ende, se recomienda a las autoridades del establecimiento del GAD Municipal cantonal y parroquial

promover e impulsar la masificación deportiva a los niños y jóvenes, con el fin encontrar un cambio comenzando con una gestión con miras hacia la sociedad y el apoyo institucional.

Planteamiento del problema

El reporte de pobreza y desigualdad emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2018) señala que Guayaquil es la ciudad que presenta la mayor tasa de pobreza del país con un 14,1%, es decir que catorce de cada cien familias presentan problemas económicos; se podría afirmar que, en Posorja, con 23.985 habitantes, dicho porcentaje podría ser proporcional, es decir que aproximadamente dos mil familias posorjeñas (conforme a las cifras del INEC) no tendrían los recursos suficientes para la práctica efectiva del deporte y mucho menos a alquilar espacios de recreación deportiva, situación que genera un antecedente de desigualdad social.

En la provincia del Guayas se ha gestionado el deporte mediante la inversión pública promovidas por la alcaldía y prefectura; sin embargo, el Ministerio del Deporte (2022) en un estudio exploratorio que se realizó en junio 2019 se encontró que en la parroquia Posorja no existen organizaciones que promuevan el deporte en los niños y niñas de estrato uno, dos y tres en alguna disciplina deportiva (de preferencia fútbol y atletismo), sumado a la necesidad de realizar un análisis de los factores que impulsan el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja.

Actualmente, los clubes y academias deportivas tienen una problemática común, y consiste en que la mayoría de sus elementos poseen niveles básicos de preparación deportiva y no cuentan con una formación especializada que es causada por escasez de recursos, falta de apoyo familiar, el entorno social, entre otros. Como consecuencia de ello, los futuros deportistas no poseen el estímulo adecuado, llegando solo a practicar meramente una disciplina deportiva

sin aspiraciones, afectando directamente a las destrezas que los jóvenes pueden adquirir si hay una adecuada inversión económica.

Ávila (2021) afirma que la gestión deportiva es fundamental para la extensa oferta de actividades deportivas: “Barcelona-España es una referencia mundial en cuanto a la gestión deportiva como tal, pero todavía se sabe poco acerca de su servicio de gestión pública en favor del deporte” (p. 25).

Ávila (2021) indica además que:

La creciente demanda social de actividades físicas y deportivas en las parroquias contrasta con el escaso número de instalaciones deportivas que dirigir; por otro lado, el desarrollo de la legislación en materia deportiva, hace que actualmente la gestión deportiva sea un aspecto fundamental para las administraciones públicas. (p. 28)

Por otro lado, Moreno (2014) señala que la falta de una óptima administración pública en materia deportiva y la ineficaz gestión de los recursos en el municipio de Quibdó, conllevan a proponer un modelo de gestión deportiva como solución a la referida problemática.

Esta situación de la administración y gestión municipal se agrava por el sistema burocrático imperante en las últimas décadas al fomento del deporte parroquial y cantonal, las autoridades de turno no han dado la importancia necesaria de aplicar un modelo de gestión deportiva, situación que se refleja tanto en la administración pública, el manejo de los escenarios deportivos y la falta de mantenimiento de los espacios e instalaciones.

Moreno (2014) sostuvo, además, que un modelo de gestión ayudaría a...

La falta de formación deportiva por parte de instructores capacitados, la falta de recursos para los gastos de funcionamiento y servicios públicos, la escasez de capitales que tienen

las entidades deportivas para la ejecución de programas y, por ende, las condiciones deplorables de preparación para los nuevos deportistas (p. 21).

Como se puede dilucidar, no hay estrategias, acciones o políticas para el desarrollo del deporte posorjeño, por lo que se debe plantear a la brevedad posible un modelo de gestión para mejorar las perspectivas del deporte a nivel recreativo o competitivo.

La Federación Deportiva del Guayas (Fedeguayas), es una de las pocas instituciones que promueve el sano esparcimiento de los jóvenes mediante cursos permanentes, sin embargo, no todos los interesados en practicar algún deporte pueden acudir hasta sus instalaciones ubicadas en el Km. tres, vía Daule; de allí la necesidad, de crear más instituciones en el país y que estas a su vez sean debidamente constituidas.

Ávila (2021) resaltaba la importancia de la práctica deportiva y los beneficios en la comunidad que se realizan de manera preferentemente sin fines productivos desde el punto de vista monetario (con la posibilidad de vincular diferentes espacios deportivos al tiempo libre de la juventud) debido a que los neo deportistas despiertan valores y sentidos diversos ligados a las dimensiones como la salud, aptitud física, competitividad, sociabilidad, diversión, riesgo y recreación, relajación y belleza corporal, entre otras.

Los efectos que el deporte tienen en la inserción académica en jóvenes son amplios, el dicho “mente sana en cuerpo sano” revela la necesidad de animar el deporte, si bien es cierto que existen instituciones educativas que poseen una malla curricular con la asignatura de cultura física, no es menos cierto que el deporte tiene diversas aristas y es allí donde la gestión de la misma permite la posibilidad de mejorar las vidas de determinado sector de la población.

Formulación del Problema

¿Cuáles son los procesos, recursos y políticas requeridas para diseñar un modelo de gestión que fomente el deporte en la parroquia Posorja de manera sostenible?

Justificación

La investigación, busca proponer alternativas para que los niños accedan al deporte (niños que pertenecen a familias de escasos recursos económicos), pues el deporte es una oportunidad de formar a una nueva generación de deportistas ecuatorianos, a través de la formación, desarrollo integral, potenciación y adquisición de nuevas habilidades fundamentadas en la ciencia y la educación deportiva.

El diseño de un modelo de gestión enfocado en el deporte crea valor y sostenibilidad necesaria para los intereses del sector empresarial de la parroquia Posorja (como marcas auspiciantes de ropa, accesorios, suplementos y equipo especializado), anteponiendo a las personas antes que las ganancias, siendo pioneros en el desarrollo y crecimiento de los atletas, garantizando un servicio integrado y de calidad, generando oportunidades en el ámbito deportivo. Generalmente un niño que hace deporte generará hábitos, disciplina y cultura organizacional lo que implica que pueda trabajar en equipo, lo cual se convierte en un beneficio directo de investigación al fomentar la práctica deportiva desde temprana edad.

También se justifica, la viabilidad de implementar acciones en favor del deporte federadas o no federadas, academias u otras instituciones deportivas al contar con profesionales competentes en el área de la docencia en educación física y deportes, la misma que debe contar con el apoyo, auspicio y financiamiento respectivo del sector privado. El desarrollo de la empresa es fundamental, por cuanto posibilita académicamente la preparación de cientos de infantes de escasos recursos para que puedan ser observados y formados en esta

organización, llegando a instituir talentos potenciales que en lo posterior puedan participar en las diferentes disciplinas.

Es factible, por cuanto existe una creciente necesidad de los segmentos de la urbe guayaquileña que buscan profesionales deportivos comprometidos por el bien común de la parroquia. Para ello, es bueno resaltar la labor que realizan los formadores deportistas y así lograr un impacto de beneficio social en la población y a su vez contribuir en diferentes ámbitos con el crecimiento institucional que busca la dirigencia frente a la oferta y demanda.

La sociedad en general se beneficia, no solo desde el punto de vista deportivo, sino en aspectos fundamentales en la formación del ser humano como la práctica cotidiana de buenos hábitos, ciudadanos disciplinados, profesionales que generen ingresos, así como la preparación de administradores de los recursos inherentes al deporte; en general, tiene un impacto positivo en el país. Académicamente, los modelos de gestión según González (2021) destacan la necesidad de financiamiento de procesos y personal deportivo capacitado, lo que conlleva a la formación desde la academia y órganos competentes del sistema deportivo ecuatoriano provincial y nacional.

El fomento del deporte local y actividades recreativas afines han aumentado a nivel provincial, a lo largo de los últimos años junto con las esperanzas y necesidades de los nuevos deportistas, entonces las instituciones que lo pretenden gestionar deben ajustar y replantear asiduamente cada situación presentada y así obtener los recursos suficientes que permitan dar respuesta a las exigencias y expectativas de los posorjeños mediante servicios deportivos. A esto se suma la afirmación de Sandino (2017) quien revela que los actuales administradores deportivos no poseen una formación académica que les confiera las competencias elementales para conocer y llevar a la práctica una adecuada prestación de servicios (gestión enfocada en las disciplinas deportivas), ni están formados académicamente en administración y gestión

deportiva basados a la realidad del sector, lo que impide que se aprovechen los potenciales humanos de la localidad.

Preguntas de investigación

¿Qué literatura existe en relación con la gestión del deporte en beneficio de la comunidad?

¿Cuáles son los elementos que permiten estructurar un modelo de gestión para fomentar el deporte?

¿Cuáles son los procesos, recursos y políticas requeridas para gestionar la práctica del deporte en la parroquia Posorja?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión para fomentar la actividad deportiva de los niños y jóvenes de la parroquia Posorja del Cantón Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Identificar la literatura relacionada a la gestión del deporte a través de un estudio bibliográfico.
2. Establecer los procesos, recursos y políticas requeridas para gestionar la práctica deportiva a través de entrevistas con potenciales auspiciantes y gestores del deporte.
3. Proponer el modelo de gestión en favor de la comunidad de la parroquia Posorja mediante los datos obtenidos.

Capítulo I: Marco teórico

En el presente capítulo, se examina la bibliografía sobre los principales conceptos, definiciones y factores relacionados con el deporte y la actividad física, variables que serán un elemento clave para delimitar la investigación. Se profundizan temas como factores externos e internos que inciden en el deporte y cómo este se relacionan con la calidad de vida de los ciudadanos del cantón Posorja, premisas que sustentan los cambios positivos en la sociedad y su afectación directa e indirecta, por otro lado, se exploran conceptos a través de papers, repositorios, libros y documentos digitales que fomentan las teorías relacionadas con el tema de esta investigación.

Gestión estratégica

La gestión estratégica, es una de las áreas de mayor impacto en el funcionamiento y desarrollo de las organizaciones deportivas. Para lo cual, “se requiere que los gestores deportivos desarrollen estrategias competitivas que les generen beneficios concretos a sus organizaciones” (Quispe, 2018) . Esta necesidad es mayor si se considera que elementos como la globalización o el creciente uso de herramientas administrativas pueden adaptarse a los cambios de los mercados.

La necesidad de escuelas de formación deportiva obtiene una ventaja competitiva por la demanda existente, pues muchos niños juegan en la calle de forma improvisada, por lo que se debe tener en cuenta los problemas de viabilidad para operar de forma efectiva en dichos mercados competitivos, Se debe tomar en cuenta la escasez económica de los sectores inmediatos al objeto de estudio de dicho mercado frente a los posibles niveles de crecimiento para determinar la viabilidad de la implementación de escuelas deportivas en sectores catalogados en vías de desarrollo.

El citado autor Quispe (2018) también señala:

Aunque el panorama ha presentado importantes retos estratégicos a los responsables de las organizaciones deportivas, la integración de las estrategias competitivas en las actividades de las organizaciones deportivas es un tema explorado superficialmente por los académicos especializados en esta área de estudio. (p. 4)

Por este motivo, los administradores de empresas deben proveer a las organizaciones deportivas el conocimiento de cuáles son los factores internos y externos que pueden administrar para mejorar su competitividad y eficiencia.

Factores globales del fomento del deporte

La práctica del deporte, se ha generalizado gracias a la globalización y el impulso de diversos organismos internacionales y nacionales que van desde las olimpiadas hasta la realización de torneos interbarriales. Moreno (2014) señala que “la existencia de ciertos factores que influyen en la práctica deportiva puede llegar a provocar el abandono deportivo de la población adolescente” (p. 23).

El consejo europeo (2015) afirmó que “el deporte es una actividad humana que se basa en valores sociales, educativos y culturales en que se presentan factores de inclusión, de participación en la vida social, de tolerancia, de aceptación de las diferencias y de respeto a las reglas” (p. 29). Entonces, al respecto del desarrollo de la sociedad, el deporte es parte de la vida de los pueblos, una expresión de la cultura, de la manera de ser de las personas, está es la base de las varias actividades deportivas y constituye un lenguaje universal.

El deporte de manera general expone lo mejor de las capacidades que tiene el ser humano y su poder de unir a los pueblos, independientemente de factores globales como su

origen, recursos sociales, convicciones religiosas o su condición económica. No hay ser humano en todo el mundo que no haya practicado algún deporte a lo largo de su vida, por lo que expresar impedimentos para su difusión es caer es contradecir la realidad de los pueblos y de la propia comunidad.

En un país donde aumenta el índice de problemáticas sociales, el deporte es una vía para encontrar una sana distracción y hasta una forma de vida. Muchos deportistas amateurs y profesionales han surgido venciendo los medios e incluso con apoyo del sector privado, siendo Ecuador un ejemplo evidente y claro de la iniciativa de fomento del deporte a nivel nacional. Es evidente que el deporte genera experiencias positivas como la autoeficacia y valores como la disciplina y la responsabilidad.

Factores internos del fomento del deporte

Son aquellos factores relacionados directamente con el niño, es decir, con su entorno inmediato, el cual repercute en la motivación para realizar una actividad deportiva. En la parroquia Posorja existen diferentes realidades de carácter socioeconómico que afectan este factor, por ello es importante determinar cómo las actitudes deportivas pueden ser afectadas desde muy corta edad.

Videgaray (2014) explica:

Los factores internos nacen del consumidor, de su forma de pensamiento y de su forma de ser, por ejemplo: las marcas o productos que recuerdan y necesitan. Como factores externos la adquisición de un producto o servicio influenciados por actitudes, motivación o por percepción (p. 27)

Como señala el autor, el consumo local de un deporte o actividad física está marcado por los factores familiares, sociales y económicos; un niño que no tenga la posibilidad de comprar equipamiento básico para realizar un deporte, verá una afectación directa en su motivación por la práctica del mismo. También se encuentra dentro de estos factores variables como lo es la salud, y la motivación (clima motivacional) otorgada por la familia.

Factores externos

Como primer factor externo se encuentra la motivación seguido de la sociedad, al respecto García (2014) explica:

Si un nuevo deportista recibe estímulo -motivación- de un amigo, familiar o entrenador, existe la posibilidad de aumentar su rendimiento e interés por participar en una actividad deportiva con miras a ganar o rendir mejor físicamente. Es decir que el ambiente externo- sociedad, empresas, etc.- puede incidir en la manera como la persona se involucra en el mundo del deporte. (p. 27)

Es decir, que existen factores que pueden influenciar la actitud positiva de los niños y jóvenes en torno a la elección del deporte que practican (por ejemplo, de un entrenador o profesor de cultura física), y de igual manera qué tipo de influencia externa que reciben por parte de los padres y familiares llegando a tener peso en la elección final que realizan. Así la práctica del deporte tiene un por qué a través del impulso proveniente de la cultura, ambiente escolar, factores económicos, niveles de satisfacción de necesidades, entre otros.

Son aquellos factores ajenos a la realidad inmediata del individuo, como lo es la escuela, la comunidad y las políticas gubernamentales que pueden afectar hábitos de la práctica deportiva, ya que si en las escuelas se organizan diferentes tipos de eventos como lo es campeonato de colegiales sentirán un espíritu de competencia y entusiasmo por la superación

frente al cumplimiento de un objetivo y no solamente consiste en ganar sino en participar, recrearse y mejorar las condiciones de salud.

El autor Monroy (2012) señala:

Los factores provienen externamente del propio individuo, por ejemplo, el deseo que se inculca respecto de conseguir algo, lo cual varía en cada momento con sujeción a una aspiración con especial intensidad. Los individuos tratan de satisfacer cinco clases de necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima, de autorrealización (p. 27)

Se puede afirmar que, la motivación por deporte guarda relación con los estímulos externos inherentes a la denominada necesidad social de tener reconocimiento, estima y satisfacción. La actividad deportiva está relacionada con la educación, tanto en las escuelas, colegios y en las universidades la práctica del deporte siempre está presente, claro está con la diferencia de que en un inicio se convierte en una asignatura que los niños deben aprobar posteriormente en la universidad no se convierte en una obligación, pero pueden formar parte de una federación estudiantil dedicada al deporte.

Álvarez (2019) afirma que “la creación de una matriz de evaluación de los factores externos permitirá resumir y evaluar los resultados del análisis para cuantificar las oportunidades y amenazas obtenidos de todo el análisis del entorno” (p. 32). En la matriz de evaluación de los factores externos sobre el desarrollo de actividades deportivas se consideran los factores determinantes, así como oportunidades y amenazas.

Entre las oportunidades se destaca que la parroquia Posorja comienza a ser más conocida como destino de turismo interior y asociado a prácticas deportivas acuáticas y terrestres. La inclusión social, como parte de la práctica escolar de las instituciones educativas redundará en una mayor actividad deportiva general.

También se debe considerar como oportunidad la construcción de un centro deportivo y pista atlética en Posorja, con el objetivo impulsar y fomentar las actividades recreativas, algunas de las cuales se han configurado con contenidos competitivos, en los que se incluyen rutas, así como las direcciones que pueden ser de interés para la inversión empresarial del sector privado.

Entre las amenazas externas se presenta la posibilidad general de los jóvenes a la práctica de otras actividades no deportivas. Si no se regula adecuadamente la gestión de las actividades deportivas en la localidad cercana puede provocar que los patrocinios sean negados por la falta de planificación e incorrecta gestión. La promoción excesiva de deporte-espectáculo puede distorsionar el sentido y la función social del deporte como actividad física individual y socialmente saludable en los jóvenes, y deja poco lugar para otras actividades culturales.

Deporte y actividad física

El deporte por excelencia es una actividad organizada física, psíquica y competitiva, no solo es considerado una dinámica de recreación sino también para realizar algún tipo de deporte en forma regular, sin cometer exigencias ni ejercicios repetitivos, se está beneficiando a la salud del cuerpo humano y en especial a los sistemas: circulatorio, muscular, óseo, respiratorio, digestivo, excretor, hormonal e inmunológico; para que tengan un mejor funcionamiento y como consecuencia para la calidad de vida de las personas del cantón Posorja, mejore. El deporte es protegido y promovido por el órgano estatal, sin embargo, su alcance queda rezagado a lo provincial.

Gualpa (2013) señala:

La relación que existe entre practicar un deporte y la salud mental se ve reflejada especialmente en las personas con estrés, ya que el cuerpo funciona mejor, se siente

mejor, quienes practican alguna disciplina deportiva son más alegres, se fatigan menos y se ven mejor. (p. 3)

También mejora la autoestima de los ciudadanos y, es una forma de psicoterapia para el paciente depresivo. No es necesario ser deportistas de alto rendimiento para practicar alguna disciplina deportiva ya que cualquier ciudadano lo puede practicar independientemente de la edad. El deporte no solo ha pasado a ser un derecho, sino una oportunidad para muchos niños de crecer con aptitud positiva, de forma recreativa e incluso formativa.

Deporte y la salud física y mental

El deporte, no solo es considerado una actividad de recreación, sino también que practicar algún tipo de deporte en forma regular, sin cometer abusos ni sobre entrenamientos, se está favoreciendo a la salud del cuerpo y en especial a los sistemas: circulatorio, muscular, óseo, respiratorio, digestivo, excretor, hormonal e inmunológico; para que tengan un mejor funcionamiento y como consecuencia el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

El análisis externo de las actividades deportivas para la salud física y mental, pueden definirse como el conjunto de fuerzas, acciones, comportamientos o tendencias externas a la propia organización que inciden, o pueden incidir en el futuro, directa o indirectamente, en ella, además son factores que no se pueden controlar desde la institución (p. 21)

La relación que existe entre practicar un deporte y la salud mental se ve reflejada especialmente en las personas con estrés u otros problemas de índole emocional, ya que el cuerpo funciona mejor, se siente mejor, quienes practican alguna disciplina deportiva son más alegres, se fatigan menos y se ven mejor. También mejora la autoestima de las personas y es una forma de psicoterapia para el paciente depresivo. No es necesario ser deportistas de élite

para practicar alguna disciplina deportiva ya que cualquiera lo puede realizar, más aun con el auspicio o apoyo del del sector privado.

Identificación y control de factores para impulsar el deporte

A criterio de Guallpa (2013) se han identificado los siguientes factores: Equipamiento e infraestructura deportiva, factor financiero y demanda actual, las cuales se proceden a detallar:

Equipamiento e infraestructura deportiva

Son todos los elementos materiales para la práctica del deporte, sea este o no de índole competitivo, con la posibilidad de formar futuros atletas. La infraestructura implica instalaciones, el equipamiento y los servicios relacionados para otorgar los servicios deportivos a la comunidad.

Factor financiero

Al ser una institución sin ánimo de lucro, el presupuesto para empezar a gestionar la búsqueda de los demás recursos, equipamiento e infraestructura deportiva, saldrán de los integrantes que conforman la empresa, así como el apoyo de la empresa pública y privada.

Para identificar la demanda actual se tiene que considerar la población total de la parroquia Posorja. Por lo tanto, esta será:

Demanda Potencial = Población Total de la parroquia Posorja

Demanda Actual = 24 136 habitantes Fuente: INEC

El apoyo del sector privado, dentro de la parroquia Posorja debido a que es un sector industrial, (alrededor de seis empresas que generan grandes ingresos, incluyendo el Puerto de Aguas Profundas), tienen la obligación de colaborar con el deporte; es decir que, mediante la ley deportiva, la cual dice que el sector empresarial debe colaborar con el fomento al deporte a través de un capital anual, el mismo que puede ser dividido en meses.

Por ejemplo, si la empresa privada aporta con \$60,000 en un año, esta debe ser dividida para 12 meses; esta situación permite a las empresas que el gobierno les exonere las declaraciones; por lo que se evidencia el apoyo del gobierno para incentivar el deporte a través de la empresa privada, y de esta forma crear una organización deportiva cercana a la localidad de Posorja a través del padrinazgo como empresa deportiva. Todo esto genera un gran beneficio directamente en el desarrollo del deporte para los jóvenes, así como un ahorro significativo en la economía de las familias que desean practicar deporte ya que no tienen que invertir en gastos de movilización.

Estudio de mercado

Para Kotler (2004) el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (p. 5). Conceptualizaciones más recientes son aportadas por Ramírez (2017) en su guía metodológica para el estudio de mercado en los clubes de fútbol plantea la siguiente definición:

El estudio de mercado es planteado por Malhotra (2008) como una investigación descriptiva, tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de un evento o situación específica, generalmente las características y funciones de un mercado. (p. 19)

Se puede afirmar que un estudio de mercado, es una actividad administrativa en la cual, se instituyen unos lineamientos como la recolección de información, la planificación y el análisis de estos mismos, con el fin de contribuir con información base y argumentada para la toma de decisiones dentro del grupo corporativo, estos lineamientos tienen como fin el aportar datos puntuales y de ser necesario la creación de una misión y visión, el desarrollo de una nueva propuesta, el mejoramiento del mismo o de los servicios prestados.

Proceso del estudio de mercado

Brito (2010) y Gualpa (2013) coinciden en indicar cada uno de los procesos del estudio de mercado:

- (a) Definición del problema y de los objetivos de la investigación.
- (b) Definir los límites de la investigación.
- (c) Definir las fuentes de información.
- (d) Definir al informante.
- (e) Definir la extensión de la información.
- (f) Elaboración del cuestionario.
- (g) Recopilación de la información.
- (h) Ordenamiento, sistematización, tabulación de la información.
- (i) Elaboración y presentación del informe final (p. 7)

Se expone que el primer paso para aplicar un proyecto de estudio de mercados es definir el problema, la necesidad en base a un fenómeno sujeto a investigación, en este caso el fomento del deporte. Al hacerlo, el empresario debe reflexionar la intención del estudio, la información que se tiene a la mano y que sirve de antecedente en la parroquia, la información que se precisa y el modelo a aplicar y de ser el caso, para la posterior implementación de mejoras.

La definición del problema, consiste en la toma de decisiones, conocer la situación de una necesidad, entrevistas con los expertos del sector privado de la parroquia Posorja, análisis

de los datos secundarios y de ser necesario, la aplicación de una investigación cualitativa, como las sesiones de grupo o entrevistas en profundidad con personas claves. Una vez que el problema se haya definido de manera precisa, es posible diseñar y conducir la investigación de manera adecuada.

Elementos de un estudio de mercado

Demanda: Blanco (2018) explica que la demanda “está constituida por las cantidades de un bien o servicio que un consumidor puede adquirir a variados precios en un tiempo determinado y que satisfaga sus necesidades” (p. 12).

Entorno político-económico y normativa legal: Alpízar (2015) explica que: “Este elemento sirve para evaluar algunos tipos de riesgos como; el riesgo político, económico y de transferencia de los países económicamente activos” (p. 34). Es decir que se toma en cuenta la situación de los países o zonas geográficas en las que la incertidumbre predomina para lo que hay que asesorarse adecuadamente y tomar decisiones al respecto.

Oferta: Álvarez (2017) afirma que “En este elemento se determinan la cantidad de bienes y servicios que un productor pone a disposición del consumidor” (p. 45).

Precio: Arévalo (2007) señala: “Es el pago que se efectúa por la adquisición ya sea de un bien o servicio” (p. 24).

Márgenes comerciales: Zurita (2014) indica: “Es la diferencia entre el precio de compra y precio de venta, se denomina márgenes comerciales” (p. 9).

Canales de distribución: Sánchez (2017) destaca: “que los canales de distribución están conformados por aquellos participantes, quienes se encargan de realizar diversas

funciones que les permitan conseguir un producto y que luego éste llegue al consumidor final” (p. 23)

Modelo de gestión

Según Navarro (2015) el modelo de gestión se concibe en los siguientes términos:

Es una herramienta administrativa encargada de emprender todas las diligencias orientadas a lograr un desempeño eficiente asociado al incremento de la productividad para beneficiar rentable y sostenidamente a la organización, reconociendo que el personal es un recurso activo y necesario para alcanzar los objetivos institucionales; enfatizando que, en una organización, la gestión de recursos humanos es la más significativa e importante (p. 33)

De ello se concluye, que la concepción de modelo de gestión sería la acción contigua e incorporada de acciones administrativas, funcional y operante que despliegan y promueven al talento deportivo requerido por una visible necesidad a nivel local y con miras a la conquista de una meta. Así mismo, se concibe al modelo de gestión como un método, regla o espacio de comprensión aplicada en la generación y transmisión de conocimiento para contribuir a solucionar los requerimientos de la comunidad de la parroquia Posorja. Los modelos de gestión recalcan la importancia de una cultura organizacional como el manejo sistemático de recursos materiales y aportes institucionales en proporción ante las exigencias del medio.

A continuación, se presentan otros modelos de gestión aplicables a la realidad y necesidad deportiva de los moradores de Posorja.

Modelo de gestión objetiva. Recalde (2017) indica: “Se orienta en la teoría científica, busca la eficiencia en la producción, alcanza los beneficios tanto para el talento humano como para el director o productor en una economía racional”.

Modelo de gestión de proceso interno. Navarro (2015) explica: “Su criterio de eficacia es la estabilidad y continuidad, el poder, está basado en la experiencia y el control, el directivo proporciona la información y toma las decisiones en base a reglamentos, estructuras y tradiciones existentes” (p. 5).

Modelo de gestión de relaciones humanas. Según Navarro (2015) “El factor humano es el elemento esencial de la gestión, tiene un rol de facilitador y mentor, se considera los valores de grupo como el compromiso, la unión y la moral, los objetivos principales son la interrelación, participación, solución de conflictos y el consenso” (p. 4).

El modelo de gestión de sistema abierto. “El criterio de eficacia está enfocado en la expansión, la adaptación, el apoyo externo e innovación permanente, la empresa compite en un entorno competitivo” (p. 9).

Modelos de gestión en el deporte

Para fomentar el deporte, se ha examinado cuál es el modelo de gestión más objetivo y alineado al ámbito social, pero a la vez empresarial, de esta manera Álvarez (2017) afirma:

Los modelos de gestión concentran dimensiones que pueden relacionarse como lo es la planificación para la toma de decisiones, la búsqueda de crecimiento para la aplicación de estrategias, de carácter científico siguiendo ciertas normas y de descubrimiento basado en las experiencias en la flexibilización de los medios. (p. 17)

Sin embargo, resaltan los modelos de gestión de Beer, de Werther y Davi. En primer lugar, el modelo de gestión de Werther y Davi citado por Álvarez (2017) considera que “todas las actividades antes de estar interrelacionadas deben planificarse en base a una organización sistemática” (p. 43) ya que así se puede conseguir la eficacia y el cumplimiento de objetivos claros con límites concretos, es así que este modelo tiene un objetivo de carácter social, organizativo, funcional y personal.

El modelo de gestión de Beer (2017) explica que “en dicho modelo se analiza la influencia de los empleados, flujo de recursos humanos, sistemas de trabajo y sistemas de recompensas” (p. 5). Es decir que su estructura depende de la filosofía de la dirección, de la fuerza de sus trabajadores, de la estructura del mercado que se desenvuelven los diferentes recursos que tiene un interés común y que se desenvuelven a través de un conjunto de políticas.

En base a la coordinación de actividades empresariales, en cuanto a la asignación de los recursos para organizar y crear eventos deportivos, se debe tener en cuenta que, además de buscar la competitividad se puede encontrar la excelencia, es decir la gestión de la calidad en base a modelos de mejoramiento continuo de la organización. La relación de la gestión de políticas y procesos es fundamental para que las personas involucradas ya sean estas empresas u otros organismos tengan un compromiso con proyección al futuro, caso contrario solo se estaría invirtiendo en algo esporádico que puede causar pérdidas para los inversores.

A criterio de Moreno (2014) el modelo de gestión comprende el uso efectivo de la promoción de actividades recreativas y deportivas, debido a que su aplicación tiene un fenómeno popular y en la cual las empresas deben tener una amplia visión de cómo aprovechar este fenómeno en los aficionados. Frente a la necesidad de aprovechar aquellos espacios deportivos de la localidad, Tenecela (2015) explica que los modelos de gestión en el

deporte se sustentan en lo económico – financiero, administrativo – operacional y tecnológico.

A nivel económico, las empresas pueden obtener beneficios indirectamente de su actividad principal, puesto que la inversión deportiva estaría centrada en esquemas publicitarios dentro de la localidad y que se puede manejar (instituciones educativas, empresas privadas, etc.). Es decir, con estrategias de: comunicación, publicidad, marketing y promoción que están dirigidas a los inversores potenciales y captar a consumidores deportivos, el modelo presenta la alternativa de crecer la popularidad de determinado deporte y al mismo tiempo generar ganancias a un costo bajo de inversión dentro y fuera de la Parroquia Posorja pues existe un número considerable de aficionados en la ciudad de Guayaquil sin que esto signifique descuidar el análisis del auge deportivo a nivel nacional.

En segundo lugar, el talento humano es necesario, el cual debe estar capacitado y con conocimiento del tema en todo su contexto; son las personas que contratan a los profesionales o expertos en las diferentes actividades a desarrollar para la comunidad, las mismas que tendrán su remuneración en base al financiamiento brindado por el sector privado. Un personal con sentido de entrega, reflejará óptimos resultados para la realización de los procesos para fomentar el deporte en la parroquia Posorja.

Finalmente, el recurso técnico y tecnológico se encuentra en proceso de mejora en cuanto a obtener recursos deportivos para ciertas actividades, las cuales son necesarias obtener mediante la administración, no es menos cierto que la prioridad es el talento humano, sin embargo la obtención de materiales e insumos deportivos deben ser financiados por ser de gran utilidad, (balones, zapatos de futbol, camisetas, vestimenta y máquinas para ejercitar a los jugadores, entre otros); la empresa privada a través de la gestión, pueden facilitar los recursos propios de la tecnología deportiva y así poder llevar a los procesos, recursos y

políticas requeridas para gestionar la práctica deportiva a través de potenciales auspiciantes y gestores del deporte.

Con lo anteriormente expuesto, es necesario detallar de manera breve como los fondos o capitales deben ser administrados para que las empresas privadas se sientan con la motivación necesaria de impulsar el deporte local. El rol que tienen diversos organismos en el auge deportivo tiene una fuerte relación con el mercado y el consumo del sector

Modelo de administración de fondos

Carrera (2017) define que la administración de fondos, “es aquella que tiene un ciclo de operación que busca la recuperación de un crédito otorgado al cliente en un determinado periodo de tiempo” (p. 4). Pudiendo ser el modelo entonces a corto o largo plazo dependiendo de las necesidades.

La administración de los fondos, depende del manejo eficiente de capital de trabajo, por lo tanto, las operaciones de la empresa deben ser analizadas para determinar si tienen la capacidad financiera para llegar a un punto de equilibrio y no perder rentabilidad.

En Ecuador, la Superintendencia de Bancos establece un procedimiento para la administración de fondos que conlleva una gestión tanto administrativa como financiera, sin embargo, para gestionar el deporte se prevé el aporte del sector privado. En la actualidad, el rol del administrador en las empresas privadas se ha transformado debido a los nuevos modelos asociados a la forma de gestión de recursos y la economía basada en el conocimiento. Es por ello, que estas organizaciones se ven en la necesidad de enfocar y ampliar la satisfacción de necesidades, así como el manejo de los activos que posea, para así satisfacer las necesidades del mercado cambiante.

El deporte, dentro del modelo de administración de fondos a criterio de Ruiz (2012) conlleva “una actividad organizada en situaciones de reto, sobrecarga física y elevado compromiso de los directivos, entrenadores, especialistas de apoyo al entrenamiento y atletas que ofrece un amplio campo de acción a los investigadores” (p. 16), por lo cual, es necesario que el sector privado tenga espacios de patrocinio deportivo ya sea o no de alto rendimiento; lo importante es que exista el interés y por supuesto planificar como se genera y obtiene resultados que le permita proyectar y mejorar sus resultados como publicidad, auspicio, inversión, etc. La dirección estratégica de las empresas privadas en favor del deporte debe integrar un conjunto interrelacionado de gestiones aplicadas por expertos, esta gestión consiste en: información, tecnología y conocimiento en sistemas de educación deportiva.

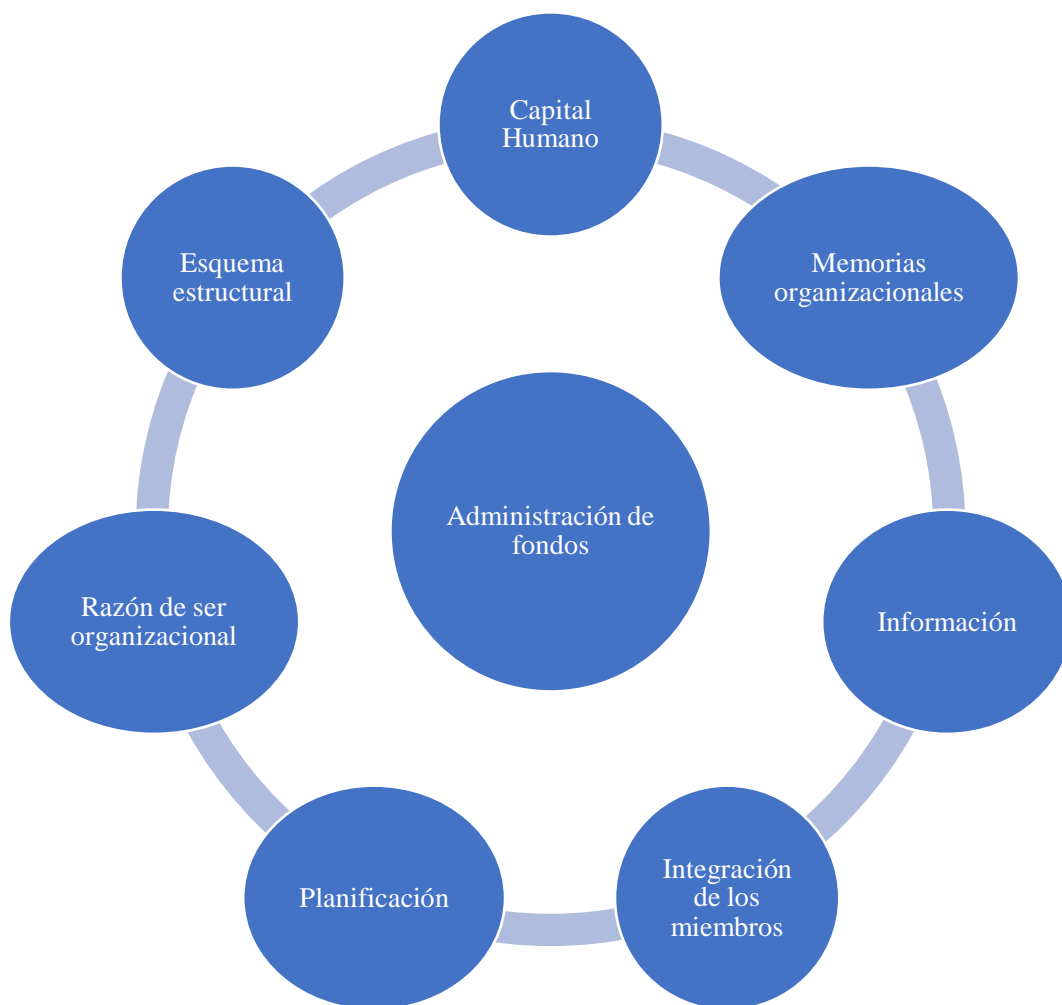
La gestión de información, ha sido identificada como un nuevo enfoque administrativo, organizativo y gerencial el cual reconoce y se refiere al valor más importante de todo modelo de gestión: el recurso humano y al conocimiento tácito y explícito que ellos poseen en materia deportiva y que aportan al modelo organizacional. Alvarez (2017) señala que la administración de fondos “conlleva un manejo amplio de la información inherentes a la organización de eventos deportivos” (p. 76). Esto significa mejorar los procesos de los servicios que se basan en el modelo organizacional deportivo.

Las organizaciones deportivas en el mundo, están comenzando a darse cuenta de la importancia de saber qué es lo que necesitan y de hacer el mejor uso de los fondos. El presupuesto para publicidad y marketing deportivo está siendo reconocido como uno de los más importantes activos de las empresas, el manejo del capital es un recurso significativo y por lo tanto se requiere estudios enfocados a la adquisición, representación, retención y por supuesto administración.

Ante lo expuesto anteriormente, es necesario determinar ciertos aspectos del modelo de administración de fondos enfocado a la organización deportiva:

Figura 1

Modelo de administración de fondos



Está demostrado en la práctica, que el fomento de la práctica deportiva que emplean modelos de administración de fondos como sistema han mejorado considerablemente sus resultados, y en especial toda gama de eventos deportivos, no solo el fútbol o competencias de remos, son fuentes de entretenimiento en la localidad, pues el consumo de productos afines, la publicidad o patrocinios deportivos serán de satisfacción empresarial.

Capítulo II: Marco referencial

Investigaciones internacionales

El autor Lobo (2020) analizó la gestión del fútbol en menores de edad en los clubes profesionales de la ciudad de Viña del Mar, específicamente en la región de Valparaíso, se realizó un análisis profundo para describir las características estructurales de sus principales clubes de fútbol con categorías infantiles y así conocer el perfil de las personas a cargo de estas series. Su objetivo fue analizar los factores que inciden en la importancia del deporte en determinada edad para integrar escuelas de formativas, para luego proponer las bases de un modelo de gestión para el fútbol infantil en función de las características del equipo.

Se aplicó una metodología descriptiva con encuesta estandarizadas de persona a persona. El referido estudio llegó a las siguientes conclusiones: No existe un marco teórico relacionada a los factores que impulsan el deporte y la actividad física para comprender la compleja posición del fútbol infantil en los clubes de fútbol profesional. Se debe considerar que las estructuras de las organizaciones deportivas como las del fútbol están tan enfocadas en el plantel profesional y en el ganar dinero a corto plazo que la igualdad entre las categorías no es posible.

El investigador Galicia (2020) elaboró un plan estratégico para el Club de Fútbol Atlético Galicia Udinese en el que se planteó como problemática el satisfacer la necesidad de recreación y deporte a través del fútbol, de niños y jóvenes desde los dos hasta los diecisiete años en la ciudad de Ibagué. Mediante una investigación de campo y estadística (metodología cuantitativa y cualitativa) se concluyó que es necesario establecer alianzas con organizaciones de atletismo y deporte para promocionar jóvenes jugadores de alto rendimiento.

Un tercer antecedente internacional es, presentado por Conde (2018) quien elaboró un proyecto de Emprendimiento denominado Plankids en el cual planteó proveer una solución tecnológica que facilite el acceso a la información sobre la oferta de academias y actividades extracurriculares para niños entre 3 y 14 años en Bogotá, se utilizó la metodología Design Thinking para validar la problemática de 1913 padres de familia, por lo que se podría materializar un servicio deportivo de gran utilidad a la comunidad.

Investigaciones Nacionales

El autor Escobar (2017) diseñó un plan estratégico para el club Sociedad Deportiva Aucas de la ciudad de Quito, en la cual se detectó una inadecuada organización en la gestión administrativa que mantiene club deportivo S.D. Aucas; la inexistencia de un plan estratégico para la buena gestión administrativa dentro de la fundación deportiva evidenció resultados negativos que son perjudiciales para la institución. Como objetivo se propuso un plan estratégico de gestión administrativa para la fundación deportiva con un sistema de administración de calidad adecuado. El diseño de la investigación se realizó mediante un estudio exploratorio y descriptivo, se seleccionó una muestra basada en la localidad, aficionados, equipo deportivo, y administradores de la ciudad de Quito, lo cual permitió llegar a las siguientes conclusiones:

En el referido estudio se explicó la necesidad de planes de capacitación laboral, motivación e incentivos laborales, lo que a su vez permitió que el personal mantenga actualizaciones constantes, manejo de la gestión administrativa adecuado y correcto, es decir establecer elementos para que exista armonía en el manejo de la fundación deportiva.

La planificación, organización, control y evaluación continua son las principales herramientas dentro la gestión administrativa, ya que cada uno de los mismos define la

estructura organizativa, el manejo eficiente, los planes a desarrollar, el control y evaluación que permitirá verificar la situación por lo que atraviesa la fundación deportiva.

Un tercer antecedente, es presentado por Sánchez (2021) de la Universidad Técnica de Ambato con el tema “Identificación de estrategias para iniciación en el deporte” en la cual se detectó que la mayoría de la población de estudio no incentivaban a los niños a practicar algún deporte a una edad temprana. Como objetivo se planteó determinar la importancia de la identificación de estrategias para inicializarse en el deporte mediante el análisis de las bases teóricas sobre las variables estrategia y deporte. Se aplicaron procedimientos y técnicas de investigación para llevar a cabo la recolección de datos, también se aplicaron los enfoques metodológicos cuantitativos, cualitativos y mixtos en la que intervienen los estudiantes en las diversas disciplinas deportivas.

Como cuarto antecedente a nivel nacional, se presenta el estudio realizado por Reyes (2015) titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de fútbol para niños y adolescentes de la calle, de 8 a 16 años en la ciudad de Ibarra”. El cual tuvo como objetivo general determinar la factibilidad de la creación de una escuela de fútbol para niños y adolescentes de la calle, de 8 a 16 años en la ciudad de Ibarra, a través de la aplicación de herramientas comerciales, administrativas, legales, financieras, e indicadores de viabilidad técnica y económica, para de este modo contribuir al desarrollo de habilidades y destrezas propias de los niños y jóvenes.

El trabajo de Reyes (2015) utilizó una metodología basada en la observación, deducción, para el estudio de mercado oligopólico dirigida a una población de 234 niños que trabajan en la calle, los mismos que comprenden edades de entre 8 a 16 años de edad. Como conclusión, se logró identificar las variables sociales relacionadas al desarrollo del proyecto

mediante el análisis profundo del impacto en la sociedad ibarrense por la creación de la escuela de fútbol.

Marco contextual

De forma genérica el contexto se define como el entorno físico o de situación, ya sea histórico, cultural o de cualquier otra índole relacionada a los procesos, recursos y políticas requeridas para gestionar la práctica deportiva, de forma concreta al surgimiento de potenciales auspiciantes en el cual se considera el hecho de gestión del deporte.

De manera más específica y, en relación con un proyecto de investigación, Martínez (2006) define al proceso de contextualización como parte de:

Una reflexión crítica del alumno acerca del tema y su contexto envolvente, la cual se denomina principio de la investigación; ubicar el objetivo de estudio dentro de su contexto, describir los hechos y realidades que lo circundan, los aspectos, interrogantes y las relaciones que se presentan, definiendo claramente los alcances. El área de estudio, que describen claramente las condiciones contextuales que van a definir el programa del proyecto. (p. 4)

Autores como Hernández et al. (2014) que hacen referencia a lo que es un marco contextual, tomando en consideración el problema de investigación esto es, procesos, recursos y políticas requeridas para diseñar un modelo de gestión que fomente el deporte en la parroquia Posorja de manera sostenible, lo cual relaciona y concatena los elementos que convergen en una determinada situación. Es de gran relevancia ubicar el objeto de estudio en un determinado contexto, es decir, explicar las características del medio en donde se realizará la investigación.

Con el objetivo de coadyuvar las medidas de atención de la población, especialmente en lo referido a la obra de responsabilidad social; debido a que el fomento al deporte puede formar parte del accionar de la empresa pública y privada independientemente de los beneficios de carácter tributario y con la capacidad de generar y manejar recursos sociales por su cuenta.

Marco legal

En el ámbito legal, se toma en cuenta reglamentos que poseen los organismos reguladores para un funcionamiento legal de la escuela que son: Constitución de la República, GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) Municipal de Guayaquil, Servicio de Rentas Internas (SRI), Ministerio del Deporte, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Relaciones Laborales, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), Centro Ecuatoriano de Formación Institucional Ambato (CEFIA), Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

De esta manera, las leyes, artículos, decretos, y ordenanzas son necesarios para la implementación de una escuela de capacitación, lo cual es detallado en un estudio legal.

El Decreto Ejecutivo No. 6 de 15 de enero del 2007, publicado en el Registro Oficial No. 22 de 14 de febrero del mismo año, se creó el Ministerio del Deporte; El artículo 13 de la Ley de Deporte Educación Física, y Recreación establece que el Ministerio Sectorial es el órgano rector y planificador del deporte, educación física y recreación.

Conforme establece el literal c) del artículo 14 de la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación, dentro de las funciones y atribuciones del Ministerio del Deporte se encuentra la de "Supervisar y evaluar a las organizaciones deportivas en el cumplimiento de

esta Ley y en el correcto uso y destino de los recursos públicos que reciban del Estado, debiendo notificar a la Contraloría General del Estado en el ámbito de sus competencias".

El artículo 14, literal 1) de la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación establece competencia exclusiva del Ministerio Sectorial para la creación de organizaciones deportivas, aprobación de sus estatutos y el registro de sus directorios de acuerdo con la naturaleza de cada organización, sin perjuicio de la facultad establecida en la ley a favor de los gobiernos autónomos descentralizados.

El artículo 14, literal p) de la Ley del Deporte Educación Física y Recreación establece como atribución del Ministerio Sectorial la de dictar los reglamentos o instructivos técnicos y administrativos necesarios para el normal funcionamiento del deporte formativo, la educación física y la recreación.

Los Arts. 90, 91 y 93 de la Ley del Deporte, Educación Física y recreación, establecen la obligación de los diferentes niveles de gobierno de programar, planificar, ejecutar e incentivar las prácticas de las actividades deportivas y recreativas, que incluyan a los grupos de atención prioritaria, motivando al sector privado para el apoyo de esas actividades.

El acuerdo Nro. 0450 de 06 de octubre de 2020 que indica en su numeral 4 que el patrocinio o el gasto por publicidad deberá estar debidamente sustentado en los respectivos comprobantes de venta o contratos de acuerdo con lo establecido en la ley; además deberá realizarse las retenciones de impuestos cuando corresponda.

El acuerdo anteriormente referido, indica además que se efectuará la deducibilidad considerando los desembolsos efectivos realizados en el respectivo ejercicio fiscal por la sociedad o persona natural al deportista o al programa o proyecto deportivo a cambio de la publicidad o patrocinio deportivo, previo a lo cual deberá contar con el certificado respectivo.

Finalmente, la deducción adicional aplicará por el 100% adicional del monto establecido en el comprobante de venta que se emita para el efecto o el respectivo contrato, el cual no podrá ser superior al monto registrado en dicho certificado. Bajo las condiciones descritas en los reglamentos tributarios y siempre que no hubieren sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno, en los términos señalados en ella y en dicho reglamento, tales como: Promoción, publicidad y patrocinio. Es así, como se podrá deducir el cien por ciento adicional para el cálculo de la base imponible del impuesto a la renta, los gastos de publicidad y patrocinio realizados a favor de deportistas, programas y proyectos deportivos previamente calificados por la entidad rectora competente en la materia, según lo previsto en el respectivo documento de planificación estratégica, así como con los límites y condiciones que esta emita para el efecto.

Requisitos para otorgamiento de personería jurídica para Clubes Deportivos Básicos

El trámite orientado a atender la solicitud de obtención de personería jurídica de clubes deportivos básicos, con la aprobación del estatuto de la Organización Deportiva requirente y la emisión del Acuerdo Ministerial respectivo, a fin de promover el deporte barrial, parroquial y comunitario incluyéndoles en el Sistema Deportivo Nacional.

1.- Acta de la Asamblea Constitutiva de la organización en formación, suscrita por todos los miembros fundadores, la misma que deberá contener expresamente:

2.1. La voluntad de los miembros de constituir la misma;

2.2. La nómina de la directiva provisional;

2.3. Los nombres completos, la nacionalidad, números de los documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros; y,

2.4. La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia e indicación de un número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

2.- Copia del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio y aprobación del mismo.

Acta de la asamblea en la que conste la decisión de participar en la constitución de la organización de integración, con los nombres completos, números del documento de identidad y firmas respectivas de los socios asistentes a la misma, así como la designación de los delegados.

3.- Copia certificada del documento en que conste la nómina de la directiva y el documento que acredite la representación legal.

4.- Copia certificada del acuerdo ministerial o instrumento legal que acredite la personería jurídica, y de existir, la última reforma del estatuto, legalmente aprobada.

El proyecto de estatuto aprobado por la asamblea general deberá contener:

Nombre, domicilio y naturaleza jurídica de la organización.

Objetivo y fines específicos.

Clase de miembros.

Derechos y obligaciones de los miembros.

Régimen disciplinario.

Régimen de solución de controversias.

Causales para la pérdida de la calidad de miembro.

Estructura y organización interna.

Régimen económico.

Causas para disolución y procedimiento para la liquidación.

Capítulo III Marco Metodológico

En el presente capítulo, se recogen los aspectos de la metodología de investigación, las cuales parten de la deducción con un enfoque cualitativo mediante el uso de entrevistas dirigidas a representantes del sector privado.

Enfoque de la Investigación

El enfoque es cualitativo porque se refiere a aquel que usa la recolección de datos no numéricos y el análisis para recabar información racional y sistemática. En otras palabras, es una investigación controlada, pudiendo determinar los elementos de un modelo de gestión para impulsar el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja mediante el análisis de factores internos y externos. Hernández et al. (2014) señala que “El enfoque de la investigación pretende contestar a las preguntas de investigación” (p. 4).

El diseño de la investigación se va a realizar mediante un estudio exploratorio y descriptivo.

Método de Investigación

El método inductivo es aquel que permite elaborar un patrón detallado de procedimientos que conllevan a reunir datos con una intención específica los cuales permiten determinar de donde se obtendrá la información, Hernández et al. (2014) “El método deductivo parte de hechos específicos para extraer una conclusión general” (p. 3). Es decir, que se analizan de primera fuente los factores que impulsan el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja con datos obtenidos de las empresas del sector.

Método Analítico

Este método permite conocer el entorno real del estudio planteado mediante procesos analíticos. Hernández (2014) señala que es “una herramienta de uso para definir las características del entorno real es la relación causa-efecto entre los componentes que caractericen al objeto de investigación” (p. 24).

Tipo de investigación

Investigación transversal. - El tipo de investigación es trasversal. Para Hernández (2014) “implica el análisis de la investigación se realiza un determinado y delimitado periodo de tiempo, la cual consiste en un solo periodo tiempo” (p. 12). Por los tanto la información se recoge en un plazo determinado de seis meses usando la observación del fenómeno y de instrumentos tangibles de recolección de información en la parroquia Posorja.

El alcance de la investigación al ser transversal, trata de lograr conseguir información de manera detallada acerca del fenómeno de estudio en un periodo de tiempo específico, En otras palabras, que mediante este alcance se puede especificar los perfiles, características y propiedades de un objeto, persona, comunidad, grupos, procesos u otro fenómeno en un determinado periodo de tiempo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Alcance de Investigación

Estudio exploratorio

Consiste en desarrollar un modelo de gestión, donde se toma como punto de referencia un tema que no ha sido estudiado antes, o bien permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes, así como la información que se obtiene de personas a través de

entrevistas y así lograr sintetizar sus experiencias. Según Hernández et al. (2014) “Los estudios exploratorios tienen como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente” (p. 15). Es decir, cuando la revisión de las fuentes teóricas denota que únicamente hay obras e investigaciones no estudiadas a profundidad, así como ideas vagamente relacionadas con el modelo de gestión enfocado al fomento del deporte en un tiempo y espacio determinado.

Los estudios exploratorios, implican tener una idea transitoria del fenómeno, pero sin precisar la información directa o específica del mismo, tal como la práctica deportiva, desarrollo del deporte, modelos de gestión o modelos de administración de fondos.

Estudio descriptivo

A través de las características del estudio del fomento del deporte, las cuales permitan identificar sus elementos y componentes. El estudio descriptivo abarca un conocimiento más profundo que el estudio exploratorio, la finalidad del estudio descriptivo es la delimitación y el alcance de los hechos que componen el problema del proyecto investigativo.

El estudio, permite definir las posibles características demográficas dentro de la unidad a investigar, establecer cuáles son las formas de actuar con relación a la conducta y actitud que las personas adoptan dentro de la unidad de estudio del proyecto investigativo.

En los modelos de gestión, se puede realizar un estudio transversal para comprender cómo las personas de diferentes niveles socioeconómicos de un área geográfica responden a la oferta o prestación de un servicio, ya que a través de entrevistas con actores del sector privado se busca conocer a profundidad los factores que impulsan el deporte y la actividad física en la

parroquia Posorja. El alcance al ser de carácter descriptivo implica cierto nivel de profundidad en base a conceptos tratados previamente en el marco teórico.

Procesamiento de la información

Para ello, el uso de una hoja de entrevista es necesario, el mismo que contiene una serie de preguntas para una investigación cualitativa con un qué, cómo, cuándo y para qué. Este procesamiento permite asegurar que los entrevistados brinden detalles sobre sus pensamientos y necesidades. Se pueden incluir en la entrevista preguntas como: “qué pasó” para poder obtener de esta una descripción más detallada del tema y examinar los resultados de la investigación.

El análisis de datos cualitativos, es un proceso mediante el cual se extraen significados y conclusiones de datos no estructurados y heterogéneos que no se expresan de forma numérica o cuantificable. Implica el análisis de datos cualitativos y cómo se lleva a cabo, las diferentes técnicas de investigación cualitativa y las herramientas a utilizar para lograr comprender lo obtenido por los entrevistados.

Díaz (2017) explica que la importancia del análisis de los datos cualitativos reside en obtener un conocimiento profundo sobre ciertas realidades subjetivas, como, por ejemplo, los sentimientos y las motivaciones de los potenciales clientes, usuarios o compradores. Por su lado Paso (2019) señala que el análisis de los datos cualitativos es importante para la elaboración y verificación de conclusiones, se utiliza una serie de tácticas para extraer significados de los datos como pueden ser la comparación/contraste es decir la categorización resultante de las entrevistas.

Técnica

La técnica empleada, fue la entrevista lo que permitió dialogar con representantes de diferentes empresas locales, es decir que se presenta el rol de entrevistador y entrevistado, a fin de que el primero obtenga del segundo sujeto información sobre la gestión para fomentar el deporte en la parroquia Posorja.

Instrumento

Para la elaboración de las preguntas de la entrevista se tomó en consideración los estudios de Álvarez (2019) quien plantea un plan estratégico para la gestión deportiva, Cebrián (2020) y Estrella (2022) quien explica el desarrollo de actividades de cultura deportes y recreación en zonas rurales; ambos trabajos abordan dimensiones que se relacionan con el objeto de investigación como procesos de gestión, auspiciantes, gestores del deporte, recursos, entre otros. En base a los instrumentos de recolección de datos empleados en ambas investigaciones se adaptaron interrogantes que permiten identificar una propuesta de modelo de gestión para fomentar el deporte.

El instrumento utilizado fue la hoja de entrevista. La entrevista, es un instrumento para el desarrollo de la investigación. Las entrevistas de investigación se aplicaron en base a la información otorgada por aquellos que están cerca o que conocen del fenómeno en particular. Permiten recabar información no documentada, sobre datos concretos al igual que sobre modos de pensar, interactuar o percibir la realidad por parte de los entrevistados.

El tipo de preguntas realizadas fueron abiertas, es decir no estructuradas. La entrevista se realizó de manera presencial y de manera individual, es decir que el investigador tuvo que dirigirse hacia donde estaba el entrevistado siendo esto la sede de las empresas ubicadas en la localidad de Posorja. El tipo de entrevista fue de preguntas abiertas o no dirigidas, por lo tanto, no se estructuraron alternativas como lo es la escala de Likert como lo cual facilitó

adquirir información relacionada a la gestión de la empresa con miras al deporte y su vínculo con la comunidad

Con fin de cumplir el objetivo específico dos, esto es establecer los procesos, recursos y políticas requeridas para gestionar la práctica deportiva se realizó las entrevistas con representantes de empresas privadas del sector los cuales pueden convertirse en potenciales auspiciantes y gestores del deporte. Adicional a la entrevista abierta, se aplicó una ficha de entrevista estructurada para recabar información relevante de la empresa, como lo es, el número de trabajadores y su aporte a la sociedad local

La entrevista, al aplicarse de manera abierta permitió identificar aspectos cualitativos dentro de la investigación como planificación, preocupación, interés social entre otros. La entrevista conllevó una conversación no estructurada entre el investigador quien es el que entrevista y los entrevistados. Cabe indicar que cada una de las preguntas fueron generadas con anticipación en base a los aportes de Álvarez (2019) y Estrella (2022) como parte del proceso metodológico de la investigación.

El objetivo final, de esta entrevista es conocer expectativas y puntos de vista del representante de la organización sobre aspectos de interés para la empresa privada a la que pertenece, partiendo de la realidad local y social. Este tipo de entrevista se desarrolló de manera libre y voluntaria, lo cual no quiere decir que sea una conversación empírica o de palabras sueltas, pues previamente se explicó de manera clara y detallada a cada entrevistado el objetivo que se desea alcanzar con la investigación.

Población

La población, son todas las empresas del sector privado que cumplen con características relacionadas a la investigación dentro de la circunscripción territorial de la parroquia Posorja, así como tamaño e inversión en responsabilidad social, estas empresas son:

Zofraport S.A., Proposorja S.A., Salica Ecuador, Negocios Industriales Real (NIRSA), SERMAHIC, Servigrup, Productora de Aceite de Girasol, Janec S.A. Interagua, Guayatuna S.A., Astinave Posorja, purificadora y procesadora de agua Seba Posorja, Frigoríficos Mr. Fashion y la empresa Meat shop

Para la muestra, se escogió a las empresas que tiene mayor impacto en el sector por la gran cantidad de personal contratado y que posee dentro de sus estatutos un nivel de responsabilidad social. Es así que se aplicó una muestra no probabilista, pues no escogieron empresas al azar sino a las más representativas en cuanto a impacto y responsabilidad social con la parroquia, formada por cuatro representantes de empresas de la parroquia Posorja:

1. Gerente de la Zona Franca de Posorja ZOFRAPORT S.A.
2. Representante de Negocios Industriales Real (NIRSA)
3. Gerente de DP World Posorja
4. Gerente de Proposorja S.A

Principales Hallazgos de las entrevistas

Entrevista 1.

El entrevistado, señaló que su empresa ya ha participado de manera activa en eventos que relacionan su empresa con el deporte, entre ellas “yo vivo sin drogas” con el auspicio de grupos inversores como el grupo Albacora (una pequeña empresa local). Sin embargo, esta campaña ha sido un evento prácticamente aislado, ya que el entrevistado considera que se deben crear más espacios que busquen el desarrollo y solvencia de las diversas necesidades de la sociedad, para ello él considera que se debe apoyar de una manera efectiva mediante acciones concretas y planificadas.

El entrevistado, señala que entre las medidas de apoyo a la comunidad que ofrece actualmente la empresa se encuentran las de asesoría y que no otorga ninguna medida de ayuda económica, pues su objetivo principal es ofrecer oportunidades de negocios, el impulso del proceso industrial pesquero, la promoción y creación de nuevos empleos, así como el servicio de enlace entre los diferentes agentes del mercado. Además, se ha implementado un comedor para sus empleados y familiares, un servicio de alquiler de ambulancia y dispensario de anexo al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES).

El entrevistado considera que, para establecer procesos para llenar el deporte, la empresa debe considerar a un conjunto de profesionales dedicados a esta labor, pues la empresa no desea auspiciar de manera directa al deportista, sino que se mantenga una estructura conformada por una junta directiva y áreas relacionadas a la competición, recreación y deporte escolar, a esto se suma coordinadores contratados por la empresa para que puedan gestionar los recursos financieros a invertir.

El representante la empresa considera que el dinero de donde va a salir el patrocinio debe provenir del análisis exhaustivo del presupuesto anual de la empresa, es decir especificando los gastos e ingresos para financiar en base a resultados operativos que van a ser posteriormente destinados a la gestión del deporte.

También señaló que su empresa a nivel social no ofrece programas específicos de apoyo al deporte local, sin embargo, mostró su interés y predisposición para que la empresa se involucre en el fomento a la práctica del deporte a través de actores e inversionistas responsables. Considera que es importante la estimulación financiera sin embargo no conocen el procedimiento a seguir.

Entrevista 2

El entrevistado señaló que la empresa actualmente, no brinda ninguna medida de apoyo a la comunidad, pues su actividad se concentra más en ayudar a que la flota pesquera que posee, brinde trabajo a alrededor de 9000 personas de la ciudad de Guayaquil, así como actividades de beneficio a la comunidad relacionadas a la pesca industrial.

La empresa Negocios Industriales Real (NIRSA), hasta ahora no ha tomado medidas de apoyo o programas específicos al deporte recreativo o local, lo que evidencia la necesidad de involucrar a dicha empresa pese al poco interés que tienen los representantes por promocionar sus servicios a través del deporte.

Es evidente que la empresa, a criterio del entrevistado, busque el apoyo económico necesario, pues no se puede realizar ninguna acción o fomentar espacios deportivos sin el análisis financiero y esto se puede lograr no sólo con una empresa sino con varias, lo que el entrevistado entonces demuestra en sus respuestas pone en claro su predisposición de apoyar a la gestión del deporte pero no de manera individual, sino a través del apoyo mancomunado de diferentes empresas que pueden verse beneficiadas indirectamente a través de dicha gestión.

Finalmente, el entrevistado acotó que ha escuchado sobre el beneficio tributario del fomento al deporte mostrándose entusiasta en que la empresa pueda invertir en programas o proyectos deportivos. Ante este resultado es viable involucrar a la empresa con la responsabilidad social de la comunidad. El entrevistado indica además que se debe considerar una técnica rentable que exige un mayor esfuerzo como patrocinador pues sólo así en un futuro próximo se puede tener una línea inestable o creciente de la empresa conjuntamente con el deportista-

El entrevistado, considera que la empresa puede realizar una serie de préstamos o contratos de financiamiento tal como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control en apego a las operaciones y contratos de crédito para que la empresa puede tener no solamente los montos a asignar y no también los costos financieros o tipos de intereses de dichos préstamos para así poder gestionar de manera efectiva y tener indicadores de resultados óptimos de los patrocinios realizados.

En base los resultados obtenidos de la entrevista las empresas mediante una serie de acciones administrativas, esto es préstamos, análisis del capital interno entre otros, pueden cubrir los gastos de patrocinio y publicidad de la gestión deportiva con una inversión mensual de \$2000 por empresa, esto es \$6000 por mes, la misma que debe ser analizada por la junta directiva u asamblea general creada para el efecto de manera trimestral para determinar su impacto y así tomar las acciones respectivas.

Entrevista 3

El representante de la empresa DP World Posorja sostuvo que existe un compromiso de desarrollo conforme a las demandas del mercado, pues sus negocios se relacionan con 40 países en seis continentes potenciando así la economía del Ecuador posibilitando de múltiples maneras el mercado naviero, al preguntarle sobre las medidas de apoyo a la comunidad que ofrece, el entrevistado señaló que actualmente no se realiza alguna medida económica debido al tipo de actividad a la que se dedica la empresa.

El entrevistado señaló estar dispuesto a que su empresa se involucre con el fomento del deporte local, por lo que está dispuesto escuchar ofertas serias a través de proyectos previamente planificados y así ofrecer programa o servicios de apoyo como el deporte.

Se puede determinar entonces que si existe una preocupación por apoyar a la creación de una fundación deportiva, pues se requiere la promoción de un servicio determinado que puede ayudar a la localidad, cabe destacar que la empresa DP World es un facilitador líder del comercio mundial y una parte integral de la cadena de suministro con una múltiple operación de negocios que van más de lo marítimo a lo terrestre, por lo que su incursión como inversionista es acogida por las normas gubernamentales asumidas por el departamento de gerencia de la empresa.

El representante de la empresa, considera que puede existir un beneficio económico pero siempre y cuando, se realicen estudios de campañas publicitarias relacionadas a la gestión del deporte indicando el apoyo de la empresa a través de vallas publicitarias, campañas radiales e incluso televisivas, el entrevistado considera que se debe partir de un presupuesto no mayor a los \$2000 mensuales, con un análisis de impacto trimestral, pues se ha observado que no solamente el fútbol ha dado hazañas deportivas a sus representantes, sino a las marcas y empresas que las han auspiciado en su momento.

Una vez justificado los costos de inversión provenientes del financiamiento propio de la empresa, se estima una rentabilidad superior al 20%, claro está que mientras mayor sea la inversión en publicidad y difusión, mayor puede ser el riesgo.

Entrevista 4

El representante de la empresa, confirmó que se ha realizado acciones de apoyo a los niños pertenecientes a las familias de escasos recursos, mediante la donación de tablets a fundaciones a través del programa “Educación sin fronteras”, este tipo de apoyos son de carácter tecnológico, que implica una inversión sin ánimo de lucro que previamente, es analizada y aprobada por la gerencia. Se destacó la necesidad de realizar diferentes acciones

dentro de la empresa, con el objetivo de beneficiar al desarrollo de la comunidad en general, a través de las políticas de responsabilidad social establecidas en organización.

El entrevistado, también asegura que se puede fomentar el deporte local a través de una muestra de conveniencia, de esta manera, puede ser visible la actuación de la empresa en el ámbito del patrocinio.

También que con que la inversión del patrocinio se debe cumplir con objetivos y una vinculación estratégica de la empresa con el área deportiva seleccionada, otorgando así un 10% del capital para la distribución de los recursos, pues se debe tomar en cuenta que la decisión de patrocinar o no, corresponde al departamento en ocasiones, directamente de la junta directiva de la empresa. El representante de la empresa, indica además que, la principal motivación que llevaría a la organización a invertir en un patrocinio deportivo radica en la manera de afianzar la responsabilidad social y, los valores corporativos, seguido por supuesto, de un impulso de las ventas teniendo en cuenta de que, existe un beneficio fiscal e incentivos.

La empresa, está analizando actualmente ofrecer becas a personas de escasos recursos y mostró su interés por fomentar el deporte, a través de una inversión para el desarrollo positivo de diferentes disciplinas. Actualmente la empresa no ofrece algún programa específico de apoyo al deporte local, destacando la promoción de la actividad que realiza la empresa a través de la publicidad que pueda generar una fundación deportiva, siendo así, una gran oportunidad para despertar el interés de potenciales inversionistas nacionales y extranjeros. El entrevistado, indica que el patrocinio debe ser basado en un real y efectivo plan de marketing, para ello, se debe contratar a expertos responsables de gestionar departamentos bajo la supervisión de la empresa. Para ello, la activación asignada debe corresponder a unos \$2,000 aproximadamente con el objetivo de dar identidad y posicionamiento a la empresa en su afiliación al deporte.

Tabla 1
Entrevista estructurada

1. Nombre de la empresa:	ZOFRAPORT S.A.	NIRSA	DP World	Proposorja
2. Año de creación de la empresa	2003	1957	1972	2006
3. Año en que se inició la actividad en el área de la creación de empresas	2005	1960	1972	2007
4. Número de personas que trabajan en su empresa	7 mil	5 mil	952	382
5. Número de personas directamente relacionadas con la expansión de la empresa:	10 mil	10 mil	50 mil	2 mil
6. La empresa a la que usted representa, ¿depende de otro(s) organismo(s)?	No	No	No	No
7. La empresa al que usted representa, ¿colabora con otras empresas privadas(s)?	Si	Si	Si	Si
8 ¿Su empresa puede aplicar medidas de apoyo a la comunidad?	No	Si	No	No
9. ¿Cuál es el objetivo principal de las medidas de apoyo ofrecidas por la empresa?	No	educación	Trabajo	Social
10. La empresa al que usted representa, ¿ofrece programas específicos de apoyo al deporte local?	No	No	No	No
11 ¿Estaría dispuesto usted a que su empresa se involucre con el fomento al deporte local?	Sí	Sí	Sí	Sí
12 ¿Estaría dispuesto usted a que su empresa mejore sus ingresos?	Sí	Sí	Sí	Sí
13 ¿Le gustaría que su empresa se promocione por medio del deporte?	Sí	Sí	Sí	Sí
14 ¿Cree usted que la empresa requiere promocionar su actividad o servicios mediante el fomento al deporte?	Sí	Sí	Sí	Sí
15 ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo deben ser patrocinados moral y financieramente por inversionistas y empresarios potenciales?	Sí	Sí	Sí	Sí
16. ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo a la creación de una fundación deportiva son muy importantes para despertar el interés de potenciales inversionistas?	Sí	Sí	Sí	Sí
17. ¿Cree usted que las medidas de apoyo financiero a la creación de una fundación deportiva beneficiarán a la expansión de la empresa?	Sí	Sí	Sí	Sí

A continuación, es necesario presentar una tabla con las preguntas y principales respuestas de los entrevistados, los cuales evidenciaron la necesidad de relacionar a las empresas locales, con el fomento al deporte.

En base a los resultados obtenidos, se pudo determinar de manera cuantitativa que actualmente las empresas entrevistadas no están ofreciendo algún tipo de apoyo a la comunidad, pues se concentran solamente en sus actividades productivas para las que fueron creadas es decir con un fin de lucro. También se pudo observar que, en algún momento realizaron algún tipo de apoyo en materia educativa o social, sin que esto haya sido proyectado o enfocado a nuevos programas de responsabilidad social.

Los entrevistados, en su totalidad indicaron que no conocían sobre los beneficios tributarios al promover o auspiciar actividades deportivas, lo cual puso de manifiesto un gran interés y motivación por convertirse en potenciales inversionistas para no solo promocionar las actividades de la empresa, sino también para fomentar el deporte a nivel local.

De manera general, los representantes de las cuatro empresas muestran un gran entusiasmo y preocupación por aportar a la comunidad de manera responsable en función de la gestión del deporte, pues a través del diálogo, indican sobre los beneficios tributarios a los que se puede acoger por realizar esta acción de patrocinar y auspiciar, siendo evidente la factibilidad de la propuesta que beneficia tanto a las empresas, como al fomento de nuevos deportistas.

En la tabla, se abordan aspectos obtenidos de las respuestas y análisis a las preguntas realizadas y que motivarían a las empresas a brindar el apoyo para la propuesta; es decir, en base a los principales hallazgos en referencia al modelo de gestión (categorías) y que estén relacionadas con la propuesta a desarrollar en beneficio la comunidad de Posorja:

Tabla 2

Hallazgos y categorías para la propuesta

Categoría	Principales hallazgos	
Visibilidad en un corto plazo	Difusión de la empresa	Posibilidad de maximizar la inversión
Relación estratégica	Oportunidad de asociarse con otras empresas	Ofrecer oportunidades de negocios
Estimulación financiera	Inversión deducible	Beneficio tributario
Monto	2 mil mensual por empresa	
Alcance de patrocinio	Local	Inversión exterior
Disponibilidad de financiamiento	Inversión privada	Otorgamiento de becas deportivas
Objetivo principal de las medidas de apoyo ofrecidas por la empresa	Social	Empresarial
Disposición a que su empresa se involucre con el fomento del deporte	Alto grado de interés	Preocupación por proyectos previamente planificados
Grado de responsabilidad social	Programas de apoyo	Servicios de apoyo

Capítulo IV Propuesta

Tema de la Propuesta

Modelo de gestión para fomento al deporte en la Parroquia Posorja “FODEPAPO”

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Desarrollo de un modelo de gestión enfocado al deporte mediante el apoyo del sector privado
FODEPAPO

Objetivos específicos

1. Establecer los procesos para gestionar la práctica a través del aporte de potenciales auspiciantes y gestores del deporte.
2. Establecer los recursos y políticas requeridas para gestionar la práctica deportiva través de entrevistas con potenciales auspiciantes y gestores del deporte.
3. Plantear el modelo de gestión en favor de la comunidad de la parroquia Posorja mediante la socialización del mismo.

Justificación de la propuesta

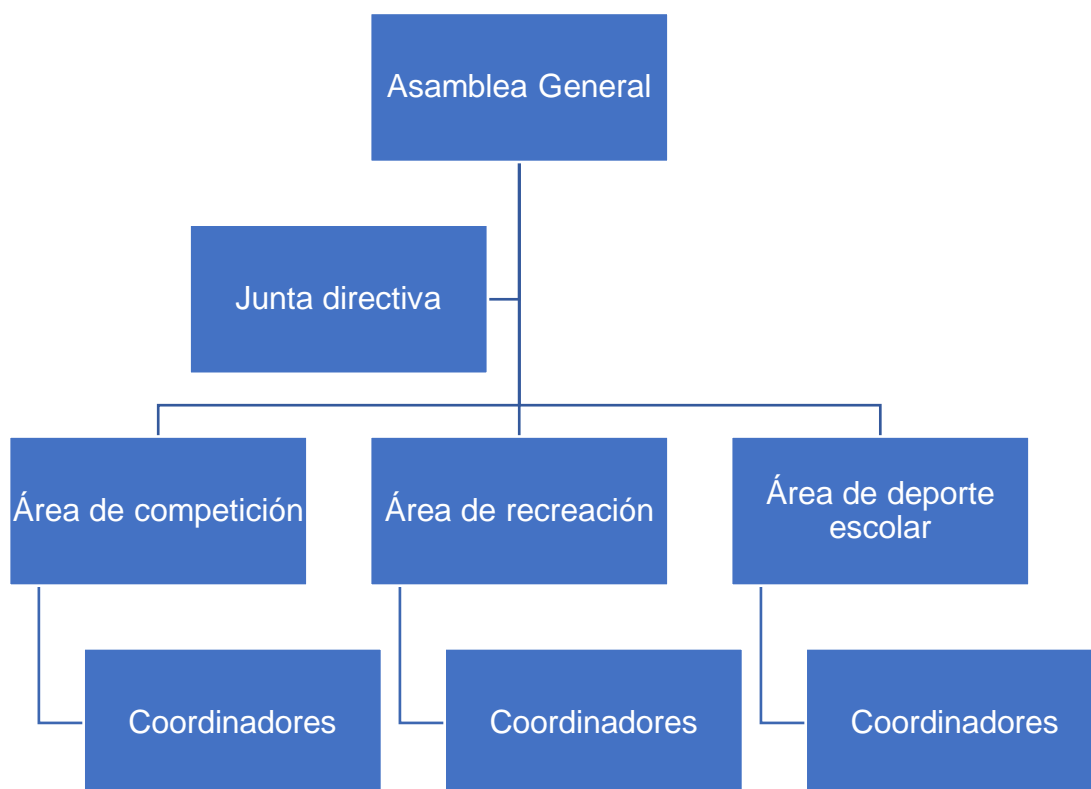
La investigación, se justifica por la necesidad imperante en la comunidad de fomentar el deporte local mediante la inversión privada, es decir existe un enfoque propositivo por cuanto se fundamenta en un fenómeno social o vacío dentro de la comunidad, el apoyo del sector privado es viable para enfocar un modelo de gestión que permita a las empresas locales

estar interesadas en invertir en un sector fácil de identificar y con un alcance amplio de servicios a brindar en favor de la sociedad.

Organigrama de la fundación auspiciada por la empresa privada

Figura 2

Organigrama de la fundación



Desarrollo de la Propuesta

El modelo de gestión apunta directamente a un modelo de financiación, consistente en el aporte de las empresas aledañas a la parroquia Posorja, quienes se pueden ver beneficiadas directamente a través de diferentes tipos de publicidad y motivando a otros inversores a través

de la identificación de otras alternativas de inversión para la exitosa gestión de las actividades deportivas.

Presupuesto de la propuesta

Tabla 3
Presupuesto de la propuesta

Descripción	Ingreso operativo anual 2022 de la empresa	Costo de inversión anual al deporte
Empresa 1	\$ 454.200,00	\$1.500
Empresa 2	\$ 327.135,00	\$1.500
Empresa 3	\$ 927.135,00	\$1.500
Empresa 4	\$ 460.257,00	\$1.500
Total		\$6.000

Estos valores por concepto de patrocinio deportivo, se los define en función de los objetivos o estrategias diseñadas, el presupuesto se establece en base al Retorno sobre la Inversión (ROI) que se espera obtener gracias a las alianzas estratégicas de las cuatro empresas.

Es evidente, que ya existen empresas como Poni Malta, Voltaren entre otros, que forman parte de una gestión de fomento al deporte a través de patrocinios y financiamientos, los mismos que han beneficiado a las empresas y a cerca de 200 mil deportistas en todo el país, con una inversión de 3 millones de dólares en lo que va del 2022, el patrocinio instituye, una correlación estratégica a medio y largo plazo. Es por ello, que los consumidores (ya sea

por radio, televisión, etc.) del producto deportivo, termina asociando a un equipo, por ende, a una marca auspiciante de su preferencia.

Adicional al R.O.I., desde el año 2019 existe la normativa del Incentivo Tributario para el Deporte en Ecuador. Este es un mecanismo fiscal, que incentiva al sector privado a invertir en deporte, permitiéndole deducir el 100% adicional de la inversión realizada en deporte. Desde este 1 de enero gracias a la Ley de Desarrollo Económico, el beneficio será del 150% adicional, más de una doble deducibilidad.

A este gran beneficio, las empresas privadas pueden acceder (en calidad de personas jurídicas) para que patrocinen o inviertan en programas o proyectos deportivos, que no se relacionen con los beneficiarios de estos, dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

El artículo 10 de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria (2019), en concordancia con el reglamento para la aplicación de la referida ley, señala que los costos y gastos por publicidad o patrocinio deportivo que sean realizados dentro de los programas del Plan Estratégico para el Desarrollo Deportivo ejecutado por la entidad rectora competente, se deducirán de conformidad con las condiciones y límites establecidos en el Reglamento” por “Se podrá deducir el 100% adicional para el cálculo de la base imponible del impuesto a la renta, los gastos de publicidad y patrocinio realizados a favor de deportistas, programas y proyectos deportivos previamente calificados por la entidad rectora competente en la materia. El reglamento, establecerá los parámetros técnicos y formales que deberán cumplirse para acceder a esta deducción adicional.”

Para acceder a esta deducción adicional se deberá considerar lo siguiente;

1. El beneficiario de la deducibilidad debe contar, en los casos que el ente rector del deporte defina mediante la respectiva normativa sectorial, con una certificación de dicha Secretaría en la que, por cada beneficiario, conste al menos:

a) Los datos del deportista y organizador del programa o proyecto que recibe el aporte, junto la con identificación del proyecto o programa cuando corresponda;

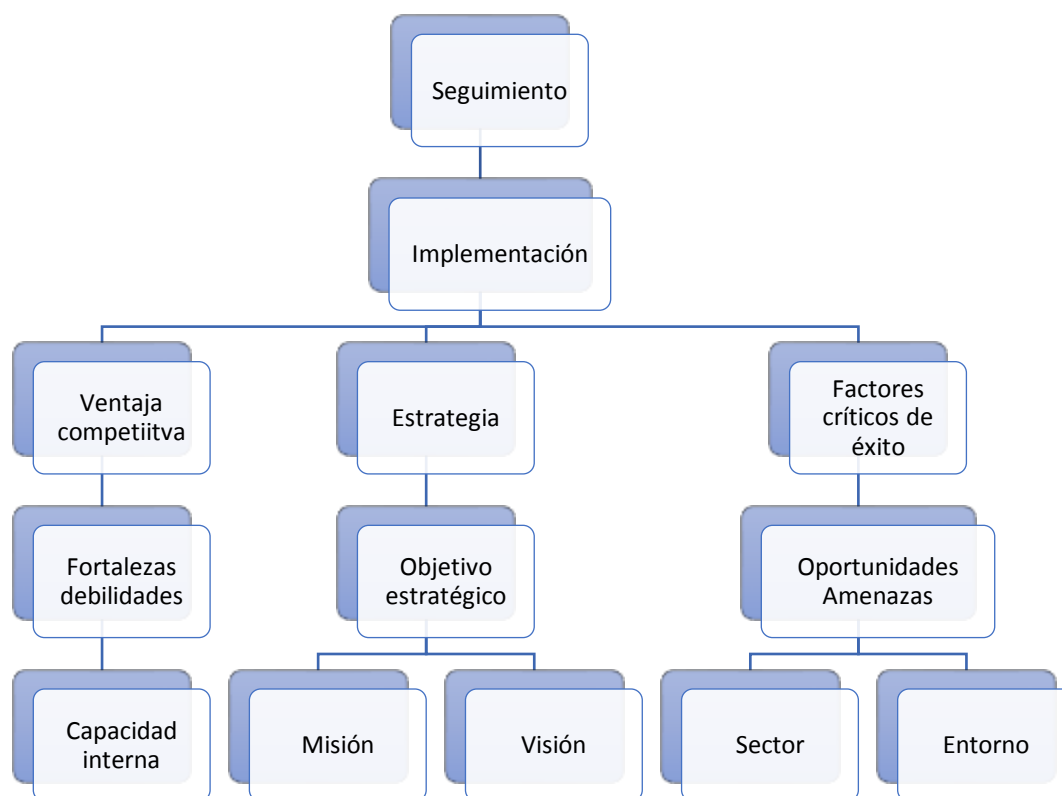
b) Los datos del patrocinador; y,

c) El monto y fecha del patrocinio.

El patrocinio, debe otorgarse directamente al deportista o al organizador de los programas y proyectos deportivos, sin la participación de intermediarios.

Figura 3

Desarrollo de la planificación estratégica



Desarrollo del modelo de gestión

A partir de los supuestos teóricos estudiados anteriormente, y en base al marco contextual de la parroquia Posorja, se plantean los siguientes elementos del modelo de gestión: Desarrollo de la planificación estratégica, manual de procedimientos, estrategias de talento humano, estrategias de marketing deportivo y desarrollo de estrategias financieras. A continuación, se detallan los principales aspectos de dichos desarrollos:

Las empresas locales, no conocen la importancia de invertir en el deporte, ya que es un negocio muy atractivo y rentable. Actualmente, existen varios espacios televisivos que incorporan una sección de deportes al finalizar los noticiarios e incluso hay canales exclusivos para todo tipo de actividades deportivas. En este punto, es importante señalar que son miles (y a veces millones) de dólares para publicitar las marcas (deportivas o no) en los espacios asignados.

Es decir, que existe una amplia gama de consumidores industriales compuestas por empresas y organizaciones privadas que pueden ser auspiciantes de eventos deportivos, incluso de espectáculos u otros actos de entretenimiento afines.

Visión y Misión

Visión

Que las empresas en el 2026, se relacionen con el desarrollo y compromiso social a través del auspicio deportivo, mediante inversiones programadas a nivel local FODEPAPO que propicia un nuevo estilo de vida, fomentando salud y bienestar a los habitantes de la parroquia Posorja.

Misión

Como empresa, fomentar la práctica deportiva de manera activa a través de la inversión factible para incentivar y aprovechar el tiempo libre en actividades físicas y recreativa con valores como constancia, pasión, motivación y disciplina en los deportes asociados.

FODA

A continuación, se presenta un análisis de las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas de patrocinar actividades deportivas por parte del sector privado acorde a la realidad de la comunidad de Posorja.

Fortalezas

Predisposición de las empresas privadas en apoyar a nuevos deportistas a través de programas de patrocinios debidamente planificados.

Existe una cultura deportiva imperante del sector, lo cual permite integrar a la comunidad a ser partícipes de actividades deportivas afines al turismo de la parroquia.

Posee un excelente clima que propicia toda práctica deportiva.

Existencia de instalaciones escolares, que pueden ayudar difundir actividades deportivas mediante el apoyo del sector privado y otros auspiciantes

Alta demanda de la población juvenil enfocada a la práctica deportiva.

Oportunidades

La parroquia Posorja, comienza a ser más conocida como destino de turismo interior y asociado a prácticas deportivas acuáticos y terrestres. Entre estas oportunidades resalta el evento anual de la regata de viernes santo que se realiza en abril, a este evento se pueden sumar otras actividades relacionadas a disciplinas deportivas similares.

La inclusión social, como parte de la práctica escolar de las instituciones educativas redundará en una mayor actividad deportiva general. Las instituciones educativas pueden aportar con la participación de los estudiantes de diferentes jornadas y periodos escolares para clasificar por edad los torneos patrocinados por la empresa privada.

La mejora de las instalaciones deportivas (proyectos de diseño y construcción de instalaciones deportivas en un futuro próximo). Estos espacios pueden ser aprovechados para realizar actividades deportivas de manera interdisciplinaria mediante campañas de promoción auspiciadas por las empresas locales.

A medida que incrementa la población de la parroquia Posorja, también incrementa la necesidad de satisfacer la demanda por los servicios deportivos. La infraestructura deportiva es necesaria, así como el patrocinio a los deportistas, adquisición de implementos y contratación de talento humano, los cuales son costos relativamente inferiores a construir canchas, piscinas, etc. por lo que no se debe descartar la oferta privada de mantenimiento físico a las instalaciones de áreas recreativas y centros deportivos

Existencia de lazos deportivos y culturales entre Guayaquil y Posorja que refuerzan el espíritu de la práctica deportiva, sin embargo, su proximidad no es la que muchos jóvenes realmente desearían, pues los potenciales deportistas deben viajar más de una hora para

preparase o acceder a determinados servicios deportivos. La comunidad claramente se enriquece por el contexto deportivo local.

Se han impulsado la construcción de un Centro Deportivo y pista atlética en Posorja, con el objetivo impulsar y fomentar las actividades recreativas, algunas de las cuales se han configurado con contenidos competitivos, en los que se incluyen rutas, así como las direcciones que pueden ser de interés (senderismo, bicicleta, tenis, futbol, fútbol playa, vóley arena etc.)

Potencial reconocimiento local de asociaciones deportivas y al deporte base mediante la verificación y cumplimiento de los requisitos establecidos para el efecto, por parte de la empresa solicitante y del deportista patrocinado, con el objetivo de fomentar, patrocinar, apoyar y financiar el deporte, el aprovechamiento del tiempo libre y la sana recreación.

Mayor disponibilidad general de tiempo libre entre los jóvenes para dedicarse a actividades recreacionales y al deporte.

Población con acceso a horas de transmisión en vivo, canales digitales, impactos en prensa, entre otros medios.

En el medio local son varios los canales de señal abierta y de paga para la difusión como medios de transmisión de eventos deportivos en los que se puede realizar todo tipo de marketing que beneficie a las empresas, claro ejemplo de ello es, las empresas tradicionales que aprovechan estos espacios sin tener una relación directa con los deportistas como es el caso de empresas de bebidas alcohólicas, manufacturas de automotores, fábricas de materiales de construcción entre otros.

Posibilidad de asociar los valores mundiales del deporte con los valores de las empresas patrocinadoras, y generar así un vínculo sostenible con sus consumidores.

Las empresas al ser sinónimos de trabajo, esfuerzo y perseverancia se pueden identificar con el accionar deportivo, así como otros valores como la responsabilidad, compromiso, espíritu de superación, trabajo en equipo, bienestar y salud.

Mercado atractivo para la venta de productos de patrocinadores durante eventos programados. Estos espacios sirven de publicidad beneficiando a la empresa patrocinadora utilizando transmisiones en vivo, espacios interactivos, publicidad digital entre otros.

Ser patrocinador de actividades deportivas, brinda la oportunidad de ser vistos como co-protagonistas del evento deportivos a nivel nacional lo cual permite a las empresas acercarse a nuevos mercados locales e internacionales, gracias a la difusión de las marcas en los diferentes medios permitiendo, además la unificación de la marca empresarial con los valores imagen que el deporte transmite a través de su aportación y apoyo al deportista.

Actualmente, el trámite para beneficiarse del incentivo tributario es en línea, facilitando el que las empresas puedan cumplir con todos los requisitos y aplicar la deducción de hasta el 150% adicional para el cálculo de la base imponible del impuesto a la renta, en todo tipo de gasto de publicidad y patrocinio en beneficio de los deportistas o algún tipo de proyecto deportivo.

Debilidades

Instalaciones deportivas que pertenecen a clubes deportivos y, por lo tanto, sin acceso. Dispersión de las iniciativas privadas, para lograr adecuados equipamientos comunes de carácter deportivo; la cual no ha tenido el impulso necesario a nivel empresarial, pues pese a

los ingresos que estos puedan poseer, no conocen los beneficios de fomentar el deporte y la gestión tributaria intrínseca.

Aprovechamiento insuficiente de áreas deportivas al aire libre, en el caso de Posorja, la ubicación en zonas muy alejadas del centro urbano, es decir que el sector no cuenta con espacios apropiados para la práctica deportiva, lo que obliga a deportistas novatos a viajar al centro de la urbe para mejorar su entrenamiento; a eso se añade la existencia de áreas deportivas pequeños o escasos y con descuidado mantenimiento.

Precios inaccesibles para el uso de instalaciones deportivas, siendo demasiados altos los costos para gran parte de la población; esto se da a que el único gimnasio o centro de preparación física está destinado a deportistas que desean participar en las tradicionales regatas anuales.

Las instalaciones deportivas, deficientes y dispersas. Escasez de instalaciones deportivas privadas (gimnasios pequeños con poca iluminación, falta de higiene y no siempre atendidos por profesionales en el área). En el sector apenas hay dos gimnasios sin el implemento deportivo necesario o los preparadores debidamente titulados, cabe indicar que estas instalaciones tienen un costo de acceso para la población.

Falta de capacitación (titulación) en muchas escuelas deportivas. Más aún que en la parroquia no existen escuelas especializadas y deben acudir hasta el centro de la ciudad de Guayaquil, específicamente en las federaciones, que son los únicos capacitados y autorizados en el ámbito deportivo.

Escaso aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos, para el uso de actividades deportivas en la parroquia. Debido a que no existe financiamiento necesario para

la adquisición de personal especializado y de implementos deportivos que ayuden al desarrollo y preparación de nuevos deportistas.

Falta de campañas con iniciativa privada, para incentivar la práctica deportiva de base en todos los sectores sociales.

Las líneas de promoción son por iniciativa que todo empresario debe tomar en cuenta, el deporte, pese a ser del sector industrial localizado en la parroquia, puede fomentar de manera conjunta su accionar en diferentes líneas como lo es el marketing, espacios televisivos, radiales, prensa, etc.

Amenazas

La posibilidad general de los jóvenes a la práctica de otras actividades no deportivas. Esta situación se puede empeorar por la falta de estímulo por parte de la empresa privada.

Si no se regula adecuadamente la gestión de las actividades deportivas en la localidad cercana, puede provocar que los patrocinios sean negados por la falta de planificación e incorrecta gestión. Por ello es importante la aplicación de políticas públicas que favorezcan e impulse la gestión deportiva a través de la acción privada local.

La promoción excesiva de deporte-espectáculo, puede distorsionar el sentido y la función social del deporte como actividad física individual y socialmente saludable en los jóvenes, y deja poco lugar para otras actividades culturales.

Lentitud, falta de información y procesos engorrosos en los procesos de contratación de patrocinios. Estos trámites burocráticos, son inherentes a la función de trabajadores del sector privado. Por ello, la necesidad de que especialistas-tributario y contable, estén presentes en cada una de las empresas

El tamaño de la economía ecuatoriana, puede dificultar los precios de los patrocinios, lo cual pueda afectar intereses de las diferentes empresas por apoyar a la gestión del deporte.

Al ser la primera vez en la historia de la parroquia Posorja que se propone incluir a las empresas privadas como patrocinadores, no hay una referencia de modelo a replicar localmente.

Cambios constantes en los ministros y directivos del comité organizador deportivos, lo cual, puede provocar demoras en las definiciones y ejecuciones de la operación. Asimismo, incertidumbre en la audiencia, tanto en los espectadores como en las potenciales marcas patrocinadoras.

Débil estrategia de promoción y comunicación de las marcas que impacten, directamente en las oportunidades de negociación de patrocinios.

La fuerza de ventas local para conseguir patrocinadores es pequeña en tamaño, lo que dificulta el alcance de más empresas privadas y la rápida respuesta de propuestas.

Tabla 4

Actividades de socios patrocinadores

Objetivo	Análisis de costos	Responsable
Actividad 1: Reunión revisar propuesta	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 3: Decisión de inversión cubierta	Solicitar proformas para cubierta Comparar proformas y escoger mejor opción en precio y calidad Negociar facilidades de pago	Socios Socios Socios
Objetivo	Gestionar recursos	Responsable
Actividad 1: Reunión revisar propuesta	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 3: Decisión de inversión tecnología	Solicitar proformas para internet y equipo Comparar proformas y escoger mejor opción en precio y calidad	Socios Socios
Objetivo	Desarrollar estrategia de patrocinio	Responsable
Actividad 1: Estrategia de producto	Indagar sobre servicios similares Elaborar presentación del servicio Reunión para consenso de presentación del servicio	Socios Socios Colaborador asignado
Actividad 2: Estrategia de precio	Elaborar tabla de precios normales Reunión para consenso de precios de alquiler	Socios Colaborador asignado
Actividad 3: Estrategia de plaza	Elaborar distribución de zonas para visitar instituciones Presentar el servicio de alquiler de canchas en instituciones según zona	Socios Colaborador asignado
Actividad 4: Estrategia de promoción	Elaborar un reporte condensado de las actividades en las zonas Elaborar precios para promociones por tiempo de alquiler Reunión para consenso de promociones de alquiler según tiempo	Socios Socios Colaborador asignado
Objetivo 3	Desarrollar una nueva organización y gestión	Responsable
Actividad 1: Reunión general	Reunión con todos los colaboradores para presentar nueva organización administrativa	Colaborador asignado
Actividad 2: Focus group	Invitación a conocedores del medio deportivo para conocer su percepción del negocio Reunión con todos los colaboradores para condensar la información	Colaborador asignado Colaborador asignado
Actividad 3: Capacitaciones	Capacitación con instructor capacitado	Socios
Objetivo 4	Implementar procesos de gestión estratégica (planificar, invertir, patrocinar y publicitar)	Responsable
Actividad 1: Planificar procesos de cada puesto	Elaborar planificación de actividades cada puesto e indicadores de desempeño	Colaborador asignado
Actividad 2: Implementar actividades con procesos (hacer)	Seguir actividades con procesos establecidos en cada puesto	Colaborador asignado
Actividad 3: Seguimiento y medición de procesos publicitarios	Comparar con indicadores de desempeño cada actividad	Colaborador asignado
Actividad 4: Acciones para mejorar el desempeño y seleccionar oportunidades	Corregir cada actividad que no rinde buenos resultados e implementar nuevas acciones, aprovechando oportunidades.	Colaborador asignado

Tabla 5
Actividades Administrador

Actividades del administrador de la empresa privada			
Objetivo		Análisis de costos	Responsable
Actividad 1:	Reunión revisar	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 2:	Solicitar proformas de cubiertas	Solicitar proformas para cubierta Comparar proformas y escoger mejor opción en precio y calidad	Administrador Colaborador asignado
Actividad 3:	Construcción de la cubierta	Contratar profesional para la construcción	Administrador
Objetivo		Seguimiento y control de la obra Gestionar recursos	Administrador/colaboradores Responsable
Actividad 1:	Reunión	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 2:	Solicitar proformas de equipos	Solicitar proformas para internet y equipo Comparar proformas y escoger mejor opción en precio y calidad	Administrador Colaborador asignado
Actividad 4:	Compra de equipos e instalación	Verificar la correcta instalación y archivar facturas	Administrador/colaboradores
Objetivo 2		Manejo de redes sociales y comunicación con los clientes	Administrador/colaboradores
Objetivo 2		Desarrollar estrategia de patrocinio	Responsable
Actividad 1:	Estrategia de producto	Reunión para consenso de presentación del servicio	Colaborador asignado
Actividad 2:	Estrategia de precio	Elaborar tabla de precios normales Reunión para consenso de precios de alquiler Presentar el servicio de alquiler de canchas en instituciones según zona	Administrador Administrador
Actividad 3:	Estrategia de plaza	Elaborar un reporte condensado de las Elaborar precios para promociones por tiempo de alquiler	Administrador Administrador
Actividad 4:	Estrategia de promoción	Reunión para consenso de promociones Establecer estrategias de fidelización de clientes	Administrador/colaboradores Administrador
Objetivo 3		Desarrollar una nueva organización y gestión	Responsable
Actividad 1:	Reunión general	Reunión con todos los colaboradores para presentar nueva organización administrativa	Colaborador asignado
Actividad 2:	Focus group	Invitación a figuras del medio deportivo para jugar y compartir ideas Reunión con todos los colaboradores para condensar la información	Colaborador asignado Colaborador asignado
Actividad 4:	Capacitación con Instructor	Capacitación con instructor capacitado	Administrador
Objetivo 4		Implementar procesos de gestión estratégica (planificar, invertir, patrocinar y publicitar)	Responsable
Actividad 1:	Planificar procesos de cada puesto	Elaborar planificación de actividades cada puesto e indicadores de desempeño	Colaborador asignado
Actividad 2:	Implementar actividades con procesos (hacer)	Elaborar informe de evaluación y crecimiento de cada área	Colaborador asignado
Actividad 3:	Seguimiento y medición de procesos publicitarios	Comparar con indicadores de desempeño cada actividad	Colaborador asignado
Actividad 4:	Acciones para mejorar el desempeño y seleccionar oportunidades (actuar)	Realizar evaluaciones a los colaboradores para corregir e implementar actividades que generen valor a la empresa	Administrador

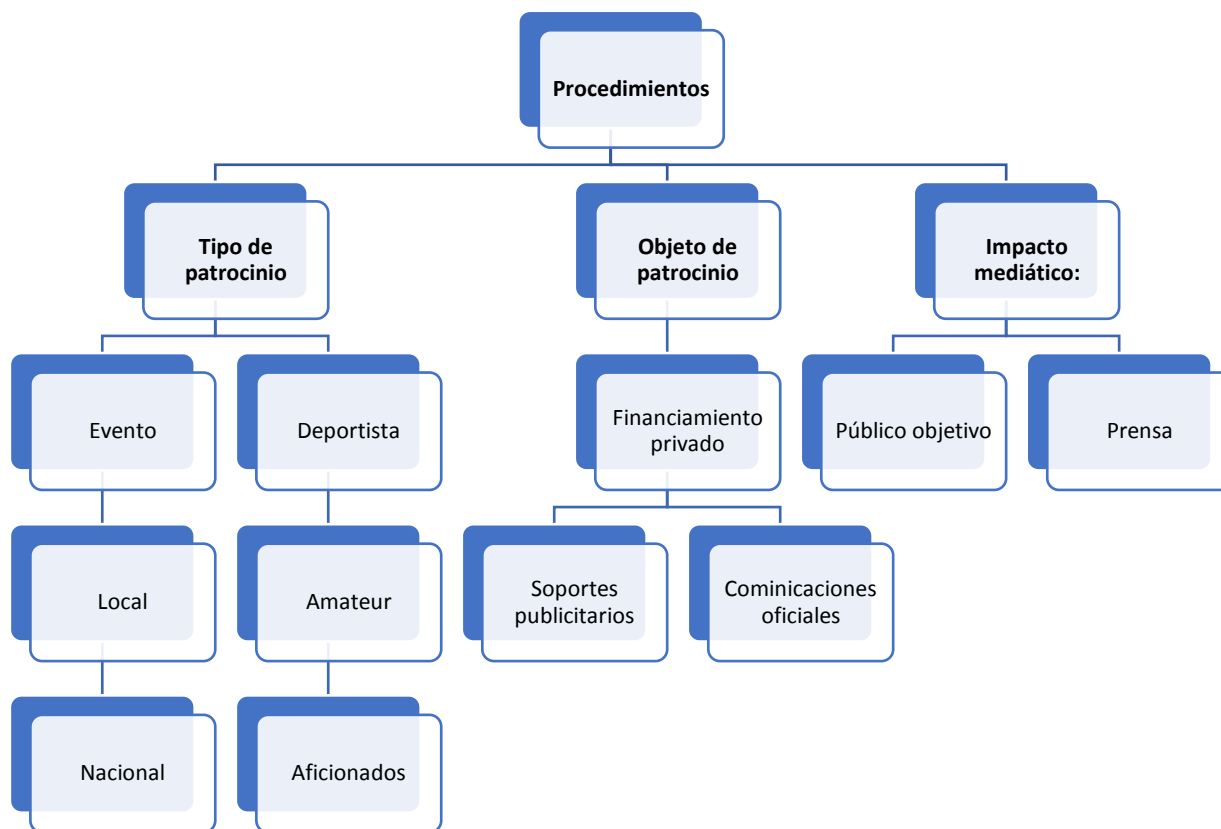
Tabla 6
Actividades Colaboradores

Actividades de los colaboradores de la empresa privada

Objetivo 1		Análisis de costos	Responsable
Actividad 1:	Reunión revisar propuesta	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 3:	Construcción de la Cubierta	Seguimiento y control de la obra	Administrador/colaboradores
Objetivo		Gestionar recursos	Responsable
Actividad 1:	Reunión revisar propuesta	Reunión con todos los colaboradores	Colaborador asignado
Actividad 4:	Compra de equipos e instalación	Verificar la correcta instalación y archivar facturas	Administrador/colaboradores
		Manejo de redes sociales y comunicación con los clientes	Administrador/colaboradores
Objetivo 2		Desarrollar estrategia de patrocinio	Responsable
Actividad 1:	Estrategia de Producto	Reunión para consenso de presentación del servicio	Colaborador asignado
Actividad 4:	Estrategia de Promoción	Elaborar precios para promociones por tiempo de alquiler	Administrador/colaboradores
		Reunión para consenso de promociones de alquiler según tiempo	Colaboradores
Objetivo 3		Desarrollar una nueva organización y gestión	Responsable
Actividad 1:	Reunión general	Reunión con todos los colaboradores para presentar nueva organización administrativa	Colaborador asignado
Actividad 2:	Focus group	Reunión con todos los colaboradores para condensar la información	Colaborador asignado
Actividad 4:	Capacitación con Instructor	Capacitación con instructor capacitado	Administrador/colaboradores
Objetivo 4		Implementar procesos de gestión estratégica (planificar, invertir, Planificar procesos de cada puesto	Responsable
Actividad 1:	Planificar procesos de cada puesto	Elaborar planificación de actividades cada puesto e indicadores de desempeño	Colaborador asignado
		Establecer estrategias de fidelización de clientes	Colaborador asignado
Actividad 2:	Implementar actividades con procesos (hacer)	Crear una base de datos con información del cliente	Colaborador asignado
		Asesorar a los clientes en todo momento	Colaborador asignado
		Realizar preguntas de opinión y consejos	Colaborador asignado
		Solicitar calificación del servicio	Colaborador asignado
		Elaborar informe de crecimiento porcentual de clientes	Colaborador asignado
		Contactarse con los clientes para indicar sobre promociones	Colaborador asignado
Actividad 3:	Seguimiento y medición de	Comparar evaluación de actividades con indicadores de medición del desempeño	Colaborador asignado

Figura 4

Procedimientos para la propuesta de apoyo deportivo



La propuesta define actividades, eventos y sujetos que constituyen el objeto fundamental del patrocinio. Por lo tanto, una descripción detallada es imprescindible para que la empresa patrocinadora tenga una idea clara de la magnitud de la actividad y el impacto social-económico que se desea alcanzar. Dicha descripción, contiene los siguientes aspectos: Tipo de patrocinio desarrollo temporal, financiación, impacto mediático y a que público va dirigido.

Tipología, En el tipo de patrocinio, se define la tipología de patrocinio en función de cuál sea el objeto para patrocinar: las empresas pueden auspiciar eventos, a deportistas de alto rendimiento, competiciones socio educativas. En el patrocinio se establece inscribir a los

participantes en circuitos ya reglados para minimizar costos como infraestructura o compra de insumos (torneos locales, competencias nacionales, etc.), los mismos que serán publicitados por prensa radial y televisiva.

Desarrollo temporal y geográfica: Se incluyen las fechas y duración en la localidad de la parroquia Posorja, en el cual tendrá lugar las distintas actividades deportivas. Al ser locales deben contar con los permisos respectivos y la logística publicitaria de cada disciplina deportiva. No queda excepta la posibilidad de patrocinios o campañas de marketing a nivel nacional.

Financiación: Ingresos y gastos previstos en la tabla 1 y 2 de la investigación. Cada empresa privada evaluará de manera trimestral el impacto alcanzado y el beneficio obtenido para motivar a otros potenciales patrocinadores a financiar nuevos proyectos.

Impacto mediático: Previsión de cobertura mediática, asistencia de personajes representativos, repercusión prevista, etc. En este apartado, se especifica los medios de comunicación, así como redes sociales con los que se ha establecido un acuerdo para dar cobertura al evento deportivo. También se establecen los esfuerzos que realizará la organización privada (creación de eventos, socializaciones, conferencias de prensa, entre otras.) para tener presencia en la actualidad informativa ya sea antes, durante o después del evento.

Público objetivo: Para los patrocinadores, este es un aspecto esencial ya que el público del evento debe encajar con el público objetivo para que dicho patrocinio sea eficiente y el mensaje llegue al público local de Posorja. Aquí, por tanto, se especifican tanto las variables sociodemográficas seleccionadas en base a los objetivos (edad, género, profesión, etc.) así como también las psicográficas (estilo de vida, aficiones, intereses, etc.).

Credenciales de la organización: Sin duda, es imprescindible dar a conocer las credenciales de los deportistas que formen parte de cualquier disciplina que requiera de patrocinio deportivo. Cada deportista o persona que participe del evento debe previamente registrar sus datos personales, así como de los entrenadores o personal capacitado contratado, centrándose especialmente en aquellos conocimientos o experiencias previas que, acrediten su experiencia en determinada disciplina deportiva.

Objeto de patrocinio: La oferta de patrocinio, debe plantearse de manera suficientemente clara para que el patrocinador pueda identificar claramente el funcionamiento de esta. En este punto, se deben tener en cuenta los montos de patrocinio debidamente presupuestado y prestaciones tangibles.

Desarrollo de estrategias de talento humano

Aplicando los aspectos básicos en que se fundamentan los modelos de gestión de Moreno (2014), se propone lo pertinente en cada uno de ellos, con el objetivo de que sirvan de cimiento para mejorar la gestión deportiva en el municipio de Quibdó. El primer elemento es la regulación y las normas asociadas, por lo que deben establecerse unas políticas de incentivo al desarrollo deportivo que permitan aumentar la motivación para su práctica. En primera medida, se debe buscar el fortalecimiento de la infraestructura deportiva, pues la que existe actualmente es deficiente, y para ello, se propone gestionar proyectos de inversión para la construcción y reparación de estos escenarios.

Desarrollo de estrategias financieras

Para implementar la propuesta, se debe tomar en cuenta la aplicación de estrategias financieras que se enmarquen en un plan estratégico de marketing, organización administrativa y la implementación de procesos de gestión estratégica, control y seguimiento.

Tabla 7

Plan estratégico de marketing deportivo

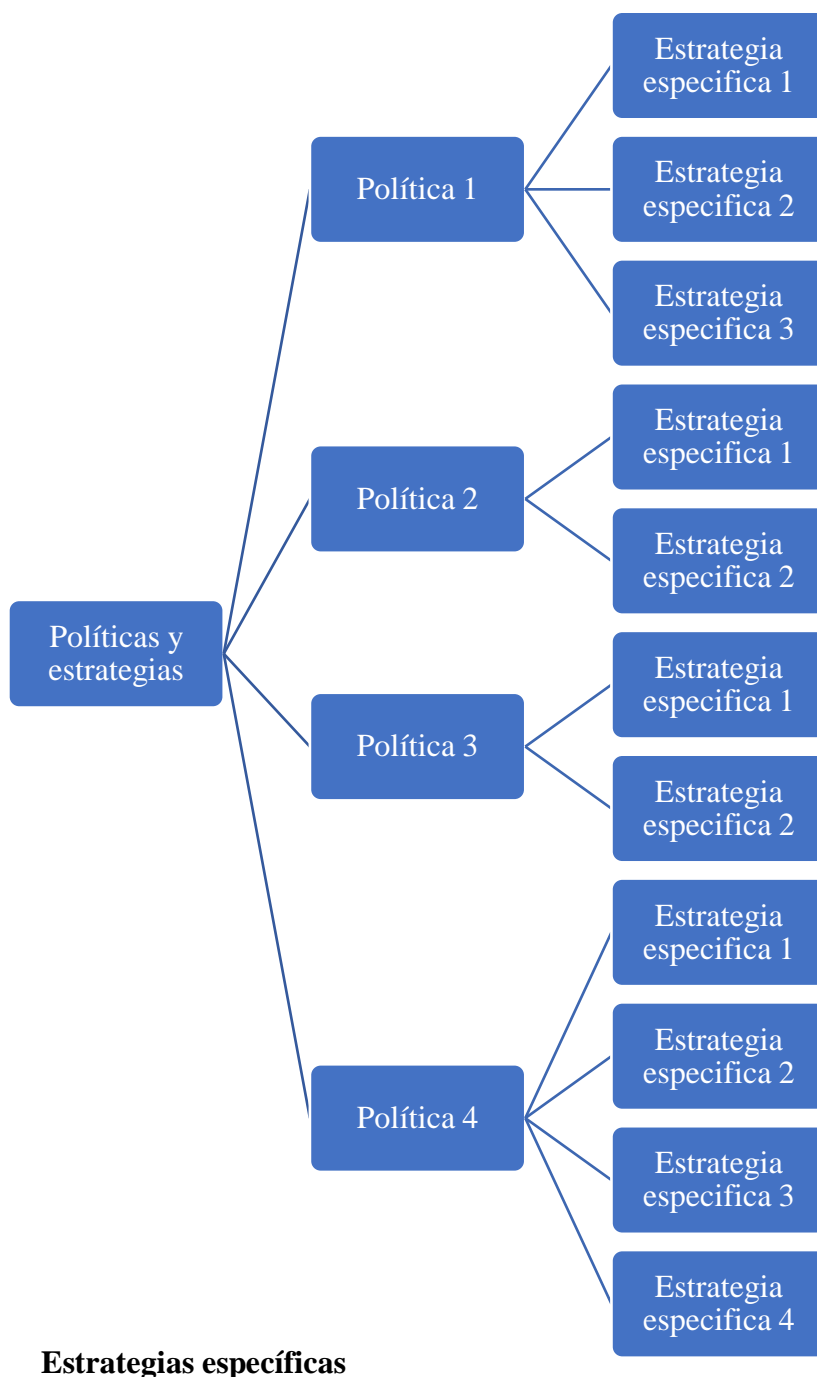
	Descripción	Responsable	Presupuesto	Fecha inicio	Días	Fecha fin
	Desarrollar Estrategia de Marketing	Colaborador asignado	\$ 1.850,00	18/4/2023	150	22/09/2023
Actividad 1:	Estrategia de Producto	Colaborador asignado	\$ 20,00	19/04/2023	64	22/06/2023
Actividad 2:	Estrategia de Precio	Colaborador asignado	\$ 30,00	20/04/2023	94	15/07/2023
Actividad 3:	Estrategia de Plaza	Colaborador asignado	\$ 150,00	21/04/2023	121	21/10/2023
Actividad 4:	Estrategia de Promoción	Colaborador asignado	\$ 150,00	22/04/2023	128	27/10/2023
Actividad 5:	Estrategia de auspicio	Colaborador asignado	\$1.500,00	23/04/2023	195	30/01/2024

Políticas y estrategias específicas

Se plantean, dentro de la propuesta tres líneas de política: Integración de la estructura del sistema deportivo local, Generar e impulsar la práctica deportiva para el bienestar activo de la juventud y Liderazgo y posicionamiento a través de la consecución de logros deportivos, los cuales se grafican y detallan a continuación.

Figura 5

Políticas y estrategias para la propuesta de apoyo deportivo



Las estrategias son principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos planteados anteriormente.

Línea de política 1: Integración de la estructura del sistema deportivo local

Estrategia específica 1: Aplicación de la norma funcional

Aplicación de la normativa a partir de la reforma a la ley vigente que rija al sector (Ley del Deporte, Educación Física y Recreación y Ley de Régimen Tributario Interno)

Integración de los actores directos e indirectos del sector privado en la propuesta de fomento deportivo, que coadyuve a la responsabilidad social y al crecimiento empresarial,

Estrategia específica 2: Desarrollo de gestión local

Implementación de planes de comunicación que fortalezcan las acciones de la empresa privada en toda la parroquia

Suscripción de convenios con organismos de las universidades privadas para las prácticas preprofesionales de deportes auspiciadas por la empresa privada.

Sensibilización de la comunidad de la parroquia Posorja para el cambio sobre la importancia de la práctica deportiva y el uso del tiempo libre

Fomento del uso de comunicación y nuevas prácticas administrativas para la promoción del deporte.

Estrategia específica 3: Sostenibilidad financiera

Desarrollo de modelos de gestión de proyectos privados que favorezca la sostenibilidad del sector

Implementación de lineamientos que direccionen la efectividad en la administración y la gestión de los recursos que entrega el patrocinador a los organismos deportivos

Fortalecimiento del giro del negocio o actividad económica de los organismos del sector en beneficio de la auto-eficiencia y autogestión

Desarrollo de lineamientos y estímulos a los organismos del FODEPAPO para fomentar la sostenibilidad financiera a través de la autogestión.

Creación del fondo de fomento al desarrollo del FODEPAPO.

Línea de Política 2: Generar e impulsar la práctica deportiva para el bienestar activo de la juventud

Estrategia específica 1: Conseguir que los ciudadanos adopten la práctica deportiva.

Implementación de la certificación activa y saludable (Municipios, colegios, instituciones privadas, entre otros)

Promoción de iniciativas privadas de prescripción de la actividad física como factor de prevención en salud y recreación.

Fomento de la coparticipación y correlación de iniciativas locales para el desarrollo del FODEPAPO, como programas de marketing.

Estrategia específica 2: Promover la práctica del deporte local en el sistema educativo privado.

Implementación de la oferta de programas incluyentes para la oferta de programas incluyentes para los establecimientos educativos particulares.

Implementación de eventos deportivos incluyentes que permitan la integración del sistema de gestión.

Implementación de centros especializados en deporte incluyente en alianza con la empresa privada.

Línea de Política 3: Liderazgo y posicionamiento a través de la consecución de logros deportivos.

Estrategia específica 1: Mejoramiento continuo

Desarrollo de lineamientos y criterios, que permitan el impuso de deportes, atletas y eventos auspiciados.

Establecimiento de indicadores, para dar seguimiento técnico y metodológico desde la base, desarrollo y competitividad deportiva.

Implementación de un programa local de estímulos por resultados deportivos.

Estrategia específica 2: Preparación y competición

Diseño de lineamientos para el desarrollo y tecnificación deportiva de jóvenes.

Línea de Política 4: Capacidad procedimental a nivel gerencial y humano.

Estrategia específica 1: Capacidad gerencial

Definiendo procedimientos de las actividades de cada uno de los roles para fomentar el deporte.

Identificando las actividades deportivas que se deben realizar.

Aplicación de un plan de mantenimiento preventivo y correctivo.

Estrategia específica 2: Capacidad competitiva

Utilización de los medios de comunicación de mayor acogida.

Uso sistemático de instalaciones físicas u otros espacios para generar ingresos para la empresa.

Estrategia específica 3: Capacidad financiera

Invirtiendo en publicidad dentro de la comunidad.

Aplicación de un proceso contable adecuado.

Estrategia específica 4: Capacidad de talento humano:

Crear espacios de auspicio deportivo por plataformas virtuales.

Capacitación periódica a personal especializado.

Contratación de personal para mejorar la responsabilidad social de la empresa.

Cronograma de la propuesta

	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S10	S11	S12
Socialización de la propuesta												
Aplicación de la norma funcional												
Desarrollo de gestión local												
Sostenibilidad financiera												
Implementación de la certificación activa												
Implementación de la oferta de programas												
Desarrollo de lineamientos en eventos auspiciados												
Establecimiento de indicadores												
Implementación de un programa local												
Aplicación procedimental a nivel gerencial y humano.												
Cierre												

Conclusiones

En base a la literatura relacionada a la gestión del deporte, se pudo identificar la importancia la responsabilidad de las empresas privadas para con la sociedad mediante el fomento de actividades deportivas. En relación al objetivo específico uno, se pudo determinar que el modelo de gestión es una herramienta administrativa encargada de emprender todas las diligencias orientadas, a lograr un desempeño eficiente asociado al incremento de la productividad para beneficiar rentable y sostenidamente a la organización patrocinadora.

A través de las entrevistas a empresas locales, se concluyó que existen una serie de procesos, recursos y políticas que son indispensables para gestionar la práctica deportiva lo que conlleva a potenciales auspiciantes a convertirse en gestores del deporte.

En función del objetivo específico tres, es factible proponer el modelo de gestión en favor de la comunidad de la parroquia Posorja, mediante los datos obtenidos los mismos que posteriormente se deben evaluar en cuanto a los avance y logro de resultados esperados.

La empresa privada, se muestra motivada en promocionar su actividad o servicios mediante el fomento al deporte, siendo factible y pertinente el diseño de servicios y programas de apoyo deben ser patrocinados moral y financieramente por inversionistas y empresarios potenciales dentro y fuera de la localidad de la parroquia Posorja.

Recomendaciones

Se recomienda, fomentar e incentivar a nuevas empresas privadas a desarrollar más gestiones y alianzas con el sector deportivo local para incrementar la participación de la empresa en el ámbito del deportivo.

Ser constantes en el apoyo a la gestión de deporte, pues existen deportistas amateurs con alto potencial que, no pueden ser excluidos por no contar con los ingresos suficientes para su actividad deportiva

Divulgar los resultados de la presente investigación, a fin de facilitar la generalización de los conocimientos, técnicas y herramientas diseñadas en favor de fomentar el deporte mediante la inversión local.

Fomentar la participación de las empresas privadas locales cercanas a la ciudad de Guayaquil, ya sean relacionadas o no al deporte como auspiciantes, de forma que se cree un clúster en el fomento al deporte, vinculando a otras actividades como el turismo, la gastronomía, ropa, accesorios, publicidad deportiva, entre otros.

Realizar estudios de investigación periódica sobre administración de empresas, que permitan identificar el impacto de la inversión privada, en patrocinios deportivos.

Bibliografía

- Aceti, E. (2015). *Desarrollo social a través del deporte*.
https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/734/Desarrollo_WEB.pdf
- Alpízar Domínguez, A. J., & Hernández, J. L. (2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en Estelaris mueblerías*.
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/62621/TESIS%20YA%20AL%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez Soto, A. F. (2019). *Plan Estratégico para la Gestión de Patrocinios Inclusivos con las Mipymes en los Juegos Lima 2019*. <https://core.ac.uk/download/250405261.pdf>
- Alvarez, L. F. (2017). *Modelos de Gestión*.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1394/Modelos%20de%20Gesti%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arévalo Baeza, M. (2007). *Las fundaciones deportivas españolas*.
<https://www.redalyc.org/pdf/1630/163017538011.pdf>
- Avila, M. A. (2021). *El modelo de gestión deportiva de la provincia de Barcelona desde la óptica de gestores deportivos municipales*.
<https://www.proquest.com/docview/2546169458?fromopenview=true&pq-origsite=gscholar>
- Blanco Ramírez, D. F. (2016). *Estudio de viabilidad para la creación de la escuela de formación y fútbol base del Alianza Petrolera F.C. S.A. en la ciudad de Barrancabermeja*. http://biblioteca.upbbga.edu.co/docs/digital_32207.pdf
- Blanco, M. (2018). *El mercado y la comercialización*.
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Brito Mary, P. M. (2010). *Brito Mary, Pesantez Marisol, Estudio de Factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Lentag, cantón Girón durante el período 2009*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1181>
- Carrera, S. (2017). *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14504/1/UPS-GT001932.pdf>
- Cebrián, S. (2020). *Primer Estudio sobre el Patrocinio Deportivo en España*.
<https://munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/02CDAC42.pdf>
- Conde Vargas, M. A. (2018). *Proyecto de Emprendimiento Plankids*.
https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/557/AGA-spa-2018-Proyecto_de_emprendimiento_Plankids.pdf;jsessionid=4680AED16F6EAE2E83C7C39BB500C91F?sequence=1

- Díaz, D., & Giacomone, B. A. (2017). *Caracterización de los gráficos estadísticos en libros de texto argentinos del segundo ciclo de educación primaria*.
<https://www.redalyc.org/pdf/567/56752489015.pdf>
- Escobar Vallejo, E. V. (2017). *Diseño de un plan estratégico para el club deportivo sociedad deportiva aucas de la ciudad de Quito*.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10823/1/T-UCE-0005-087-2017.pdf>
- Estrella Patarón, C. P. (2022). *La Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación en el desarrollo de actividades de Cultura Deportes y Recreación en zonas rurales*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34245>
- Galicia Rivera, E. M. (2020). *Plan estratégico para el Club de Fútbol Atlético Galicia Udinese*. <https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/handle/20.500.12313/2303>
- García Sandoval, J. R. (2014). Motivación y ejercicio físico deportivo: una añeja relación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, XXIV(1)*, 71-88. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65452570005.pdf>
- Gavilanes Batallas, M. V. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de fútbol y canchas sintéticas en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28066/1/TESIS%20GAVILANES%20BATALLAS-%20ROMERO%20LEON.pdf>
- Gonzalez Aguilar, C. L., & García Ureta, I. A. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional y deportivo dirigido, a turistas nacionales y extranjeros ubicado en la ciudad de Bahía de Caráquez, en la provincia de Manabí*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2372/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-192.pdf>
- González Castro, P. A. (2021). *El perfil profesional en la gestión deportiva*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32878/1/2.TESIS%20FINAL%20P AOLA%20GONZ%20LEZ.pdf>
- Gualpa Llivicura, M. S. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una casa deportiva en la ciudad de Cuenca. periodo 2012 – 2016*.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4745/1/tesis.pdf>
- Gualpa Llivicura, M. S. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una casa deportiva en la ciudad de Cuenca. periodo 2012 –2016*.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4745/1/tesis.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (20 de Enero de 2014). *Metodología de la investigación*. Metodología de la investigación:
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (2018). *Reporte de pobreza y desigualdad de junio 2018*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2018/Junio-2018/Informe_pobreza_y_desigualdad-junio_2018.pdf
- Kotler, P. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Paidós.
https://books.google.co.ve/books?id=FgSV_iL3pzMC&printsec=frontcover&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Lobo Ramírez, T. F. (2020). *El fútbol infantil en los clubes profesionales de la región de Valparaíso: Un análisis de su gestión*.
http://repositorio.unab.cl/xmlui/bitstream/handle/ria/14442/a130465_Lobo_T_El_futbol_infantil_en_los_2020_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*.
<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Ministerio del Deporte de Ecuador. (2022). *Rendición de cuentas 2021*.
https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Informe-Preliminar_RC_2021-CZ8.pdf
- Monroy Antón, A. (2012). Las teorías sobre la motivación y su aplicación a la actividad física y el deporte. *EFDportes.com, Revista Digital.*, 16, 164.
<https://www.efdeportes.com/efd164/las-teorias-sobre-la-motivacion-y-el-deporte.htm>
- Morales, E. A. (2018). *Estudio de factibilidad para el desarrollo de un centro deportivo para la práctica de un deporte no convencional dirigido a estratos del 1 al 3 en la ciudad de Bogotá*.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16019/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20DE%20UN%20CENTRO%20DEPORTIVO%20ARCADA.pdf>
- Moreno Latorre, S. (2014). *Factores que influyen en la práctica deportiva y causas de abandono deportivo de la población adolescente*.
<https://zagan.unizar.es/record/16907/files/TAZ-TFG-2014-2122.pdf>
- Moreno Polo, Y. C. (2014). *Modelo de gestión deportiva para el municipio de Quibdó*.
<https://www.redalyc.org/journal/6099/609964672009/html/>
- Navarro, E. M.-C. (2015). Metodología para diseñar un modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organización de la Sociedad Civil de Ciudad Obregón, Sonora. *Instituto Tecnológico de Sonora-Educación para trascender*, 32.
https://www.acacia.org.mx/busqueda/pdf/METODOLOGIA_PARA_DISENAR_UN_MODELO_DE_GESTION_PARA_MEJORAR_EL_DESEMPEÑO_INDIVIDUAL_EN_UNA_OSC_DE.pdf
- Paso, L. M. (2019). *Socconini, Luis*. Barcelona: Mrge Books.

- Quispe, J. (2018). *Estrategias competitivas y gestión deportiva: Una perspectiva de la Teoría Basada en Recursos aplicada al sector del fútbol*.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-18862018000100003
- Ramírez Angarita, D. F., & Galvis Gómez, C. J. (2017). *Guía metodológica para el estudio de mercado en los clubes de fútbol de Bogotá D.C.* .
<https://repository.udca.edu.co/bitstream/11158/799/1/Trabajo%20de%20grado%20LI%20STO%20DIEGO.pdf>
- Recalde Rodríguez, M. F. (2017). Los modelos de gestión administrativa de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 25. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/gestion-administrativa-quito.html>
- Registro Oficial Suplemento 111 . (2019). *Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria* .
https://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2019/12diciembre/A2/A%20NEXOS/PROCU_LOSPT.pdf
- Reyes Paredes, F. O. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de fútbol para niños y adolescentes de la calle, de 8 a 16 años en la ciudad de Ibarra*.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9119>
- Rodríguez Batíoja, D. R. (2016). Estudio para la implementación de procesos de formación en los niños y jóvenes de 7 a 14 años en las escuelas deportivas del gobierno autónomo descentralizado de la ciudad de Esmeraldas 2016. *Dspace*, 89.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7129/1/T-UCE-0016-037.pdf>
- Rodríguez Chuquimarca, J. P. (2012). Análisis de las políticas deportivas implementadas por el gobierno del Ec. Rafael correa y su impacto en el sector del valle del chota durante el periodo 2007-2009. *dspace*, 247.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2139/1/UPS-QT02523.pdf>
- Romo Salgado, M. I. (2015). *Diseño de un estudio de factibilidad previo a la creación de un complejo deportivo en la ciudad de Ambato*.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1288/1/75918.pdf>
- Ruiz Aguilera, A. (2012). *Modelo de gestión de información para la organización deportiva de alto rendimiento ESFAAR 'Cerro Pelado'*. <https://efdeportes.com/efd169/gestion-de-informacion-para-organizacion-deportiva.htm>
- Saldarriaga, A. A. (2017). *Necesidades y tendencias del deporte y la recreación y su relación con el uso de la infraestructura en el municipio de Titiribí, Antioquía*.
<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/083-titiribi.pdf>

- Sánchez Cañizares, C. M. (2021). *Gestión de eventos deportivos para la masificación de los deportes*. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33473>
- Sánchez Torres, F. R. (2021). *Identificación de Estrategias para Iniciación en el Deporte*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32857/1/Tesis%20final%20final.pdf>
- Sánchez, P. (17 de mayo de 2017). *Claves del proceso de Iniciación deportiva*. <https://mundoentrenamiento.com/claves-del-proceso-iniciacion-deportiva/>
- Sandino Rodríguez, M. (2017). *Perfil profesional del dirigente deportivo regional*. <https://www.redalyc.org/journal/5610/561059354007/>
- Solórzano, O. N. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una fundación sin ánimo de lucro en el municipio de Belén de Umbría con el fin de evitar la deserción escolar*. <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5017/6581186132S689E.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tenecela Guzmán, D. A. (2015). *Marketing Deportivo y la fidelización de los clientes del Club Social Deportivo Macará en la ciudad de Ambato provincia Tungurahua*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12222/1/321%20MKT.pdf>
- Vega Pazmiño, D. J. (2008). *Proyecto de creación de una empresa de servicios deportivos en la ciudad de Quito*. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1697/1/T-ESPE-019515.pdf>
- Zurita Altamirano, J. C. (2014). *Diseño de un modelo de gestión para equipos de fútbol profesional: caso Ecuador*. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/969/1/85145.pdf>

Anexo

Entrevista a representantes del sector privado

INFORMACIÓN GENERAL

1. Nombre de la empresa:

.....

2. Año de creación de la empresa:

.....

3. Año en que se inició la actividad en el área de la creación de empresas:

.....

4. Número de personas que trabajan en su empresa:

.....

5. Número de personas directamente relacionadas con la expansión de la empresa:

.....

6. La empresa a la que usted representa, ¿depende de otro(s) organismo(s)?

Si

No

¿De cuál(es)?

7. La empresa al que usted representa, ¿colabora con otras empresas privadas(s)?

Si

No

¿Con cuáles?

INFORMACIÓN ESPECÍFICA SOBRE EL TIPO DE MEDIDAS DE APOYO

8 ¿Qué tipo de medidas de apoyo a la comunidad ofrece su empresa?

Medidas económicas:

Préstamos

Subvenciones

Bonos

Capital de riesgo

Otras.....

Medidas no económicas Información-orientación

Asesoría-acompañamiento

Seguimiento

Formación

Fundaciones/Centro de empresas/Parques tecnológicos

Otras.....

9. ¿Cuál es el objetivo principal de las medidas de apoyo ofrecidas por la empresa?

.....

10. La empresa al que usted representa, ¿ofrece programas específicos de apoyo al deporte local?

Si

No

¿Cuáles?

.....

11 ¿Estaría dispuesto usted a que su empresa se involucre con el fomento al deporte local?

Si

No

¿Por qué?

.....

12 ¿Estaría dispuesto usted a que su empresa mejore sus ingresos?

Si

No

¿Por qué?

.....

13 ¿Le gustaría que su empresa se promocioe por medio del deporte?

Si

No

¿De qué forma?

TV

Radio

Prensa

Revistas

Folletos

Banners publicitarios

Otros

14 ¿Cree usted que la empresa requiere promocionar su actividad o servicios mediante el fomento al deporte?

Si

No

¿Por qué?

.....

15 ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo deben ser patrocinados moral y financieramente por inversionistas y empresarios potenciales?

Si

No

¿Por qué?

.....

16. ¿Cree usted que los servicios y programas de apoyo a la creación de una fundación deportiva son muy importantes para despertar el interés de potenciales inversionistas?

Si

No

¿Por qué?

.....
.....

17. ¿Cree usted que las medidas de apoyo financiero a la creación de una fundación deportiva beneficiarán a la expansión de la empresa?

Si

No

¿Por qué?

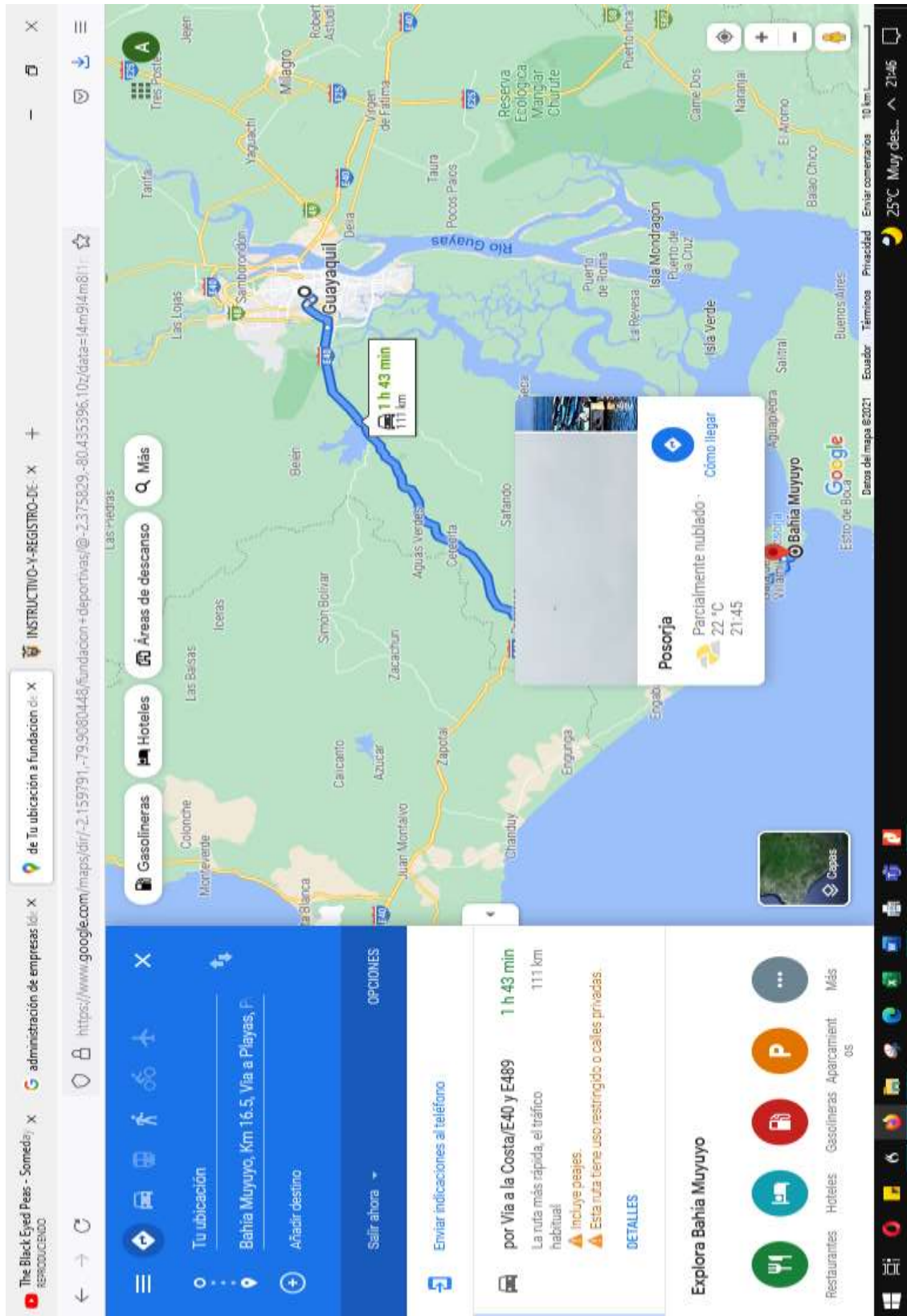
.....
.....

Análisis de debilidades y amenazas

	Debilidades	Bajo	Medio	Alto
1	Lentitud, falta de información y procesos engorrosos en los procesos de contratación de patrocinios			x
2	El tamaño de la economía nacional puede dificultar los precios de los patrocinios			x
3	Al ser la primera vez en la historia de la parroquia Posorja que se propone incluir a las empresas privadas como patrocinadores, no hay una referencia de modelo a replicar localmente.			x
4	Cambios constantes en los ministros y directivos del comité organizador deportivos, lo cual puede provocar demoras en las definiciones y ejecuciones de la operación. Asimismo, incertidumbre en la audiencia, tanto en los espectadores como en las potenciales marcas patrocinadoras.			x
5	Débil estrategia de promoción y comunicación de las marcas que impacten directamente en las oportunidades de negociación de patrocinios.		x	
	La fuerza de ventas local para conseguir patrocinadores es pequeña en tamaño lo que dificulta el alcance de más empresas privadas y la rápida respuesta de propuestas.			

	Amenazas	Bajo	Medio	Alto
1	Población con acceso a horas de transmisión en vivo, canales digitales, impactos en prensa, entre otros medios.			x
2	Posibilidad de asociar los valores mundiales del deporte con los valores de las empresas patrocinadoras y generar así un vínculo sostenible con sus consumidores		x	
3	Mercado atractivo para la venta de productos de patrocinadores durante eventos programados.			x
4	Ser patrocinador de actividades deportivas brinda la oportunidad de ser vistos como co-protagonistas del evento deportivos a nivel nacional			x
5	Posibilidad de acercarse a nuevos mercados locales e internacionales, gracias a la difusión de las marcas en los diferentes medios		x	

Distancia entre la localidad de Posorja e instituciones que incentiven el deporte





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Piza Ortiz Jessenia Katerine, con C.C: # 0927724815 autor(a) del trabajo de titulación: *Propuesta de un modelo de gestión para fomentar el deporte en la parroquia Posorja* previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de julio de 2023

f. _____

Nombre: Piza Ortiz Jessenia Katerine
C.C: 0927724815



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta de un modelo de gestión para fomentar el deporte en la parroquia Posorja.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Piza Ortiz, Jessenia Katerine		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs Ing. Ángel Castro Peñarreta, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de julio del 2023	No. DE PÁGINAS:	81
ÁREAS TEMÁTICAS:	Modelo de administración de fondos, gestión estratégica		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Modelo, Gestión, Deporte, Empresa Privada		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente trabajo de investigación contempla la propuesta de un modelo de gestión para fomentar el deporte en la parroquia Posorja. La cual surge de la necesidad de involucrar a las empresas privadas locales con la comunidad, considerando las bases fundamentales para el desarrollo del deporte a partir de varias formas de administración y gestión. Como objetivo se planteó diseñar un modelo de gestión para fomentar la actividad deportiva de los niños y jóvenes de la parroquia Posorja del Cantón Guayaquil. El enfoque fue cualitativo, el cual permitió recabar información racional y sistemática pudiendo determinar los elementos de un modelo de gestión para impulsar el deporte y la actividad física en la parroquia Posorja mediante el análisis de factores internos y externos. El diseño de la investigación se realizó mediante un estudio exploratorio y descriptivo. A partir de los supuestos teóricos estudiados y en base al marco contextual de la parroquia Posorja se plantearon los siguientes elementos del modelo de gestión: Desarrollo de la planificación estratégica, manual de procedimientos, estrategias de talento humano, estrategias de marketing deportivo y desarrollo de estrategias financieras. También se pudo concluir que las empresas locales no conocen la importancia de invertir en el deporte, ya que es un negocio muy atractivo y rentable. Actualmente existen espacios a invertir como el televisivo, el radial e incluso de vallas publicitarias, que incorpore el patrocinio a potenciales deportistas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-981557082	E-mail: kattypiza@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	