

Elaboración y Evaluación de Proyectos

Guía general de estudios de la asignatura

Modalidad de Educación a Distancia

Tecnología en Actividad Física Deportiva y Recreación



Autor:
Mg. Carla Rivadeneira

Periodo académico
octubre 2023 - marzo 2024

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO PICHINCHA



Elaboración y Evaluación de Proyectos

Guía general de estudios de la asignatura

© Mg. Carla Rivadeneira

ISBN: 978-9942-672-56-8

Edición: Julio 2024

Texto digital proporcionado por el autor.

Esta obra no puede ser reproducida, total o parcialmente, sin autorización escrita del autor.

TALLPA Publicidad Impresa - 2540 662 - 09 9561 4887
Quito - Ecuador



PRÓLOGO

Ha sido y es objetivo fundamental del instituto utilizar herramientas esenciales para que nuestros estudiantes logren alcanzar una formación integral. Bajo esta consideración ponemos a disposición estas guías de estudio que posibilitarán, sin duda, puedan organizarse para comprender el contenido de las diferentes asignaturas.

Estas guías han sido creadas por un equipo de profesionales altamente capacitados en cada asignatura, con el objetivo de convertir su proceso de aprendizaje en una experiencia enriquecedora.

Nuestros docentes han recopilado información, han sintetizado temas, organizado conceptos y aspectos relevantes para que cada guía se presente cuidadosamente elaborada para responder a la realidad actual, con contenidos actualizados y a la vanguardia del conocimiento. La didáctica empleada facilitará la comprensión y aprendizaje de cada tema, permitiéndoles avanzar de manera efectiva en su formación profesional. En la elaboración de estas guías se denota el compromiso del instituto para lograr el éxito académico.

La diagramación de estas guías ha sido pensada para ser clara y atractiva, transmitiendo los conocimientos de manera amena y accesible. Queremos que nuestros estudiantes disfruten del proceso de aprendizaje encontrando en cada página una herramienta útil que les motive a salir adelante en su camino educativo.

Estimados estudiantes: Les deseamos éxito en su recorrido académico, que el Instituto Tecnológico Universitario Pichincha estará siempre pendiente por vuestro éxito educativo.

Dr. Edgar Espinosa. MSc.
RECTOR ISTP-U

ÍNDICE

ÍNDICE	2
PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA.....	5
Competencias específicas de la asignatura para la carrera	6
METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE.....	6
ORIENTACIONES DIDÁCTICAS POR RESULTADOS DE APRENDIZAJE	6
UNIDAD 1. CONCEPTUALIZACIONES GENERALES	7
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	7
CONTEXTUALIZACIÓN.....	7
CONTENIDOS	8
SEMANA 1.....	8
1. El Proyecto.....	8
2. Tipos de Proyectos.....	9
3. La importancia de un proyecto.....	11
4. Guión Básico de un Proyecto.....	11
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 1	16
UNIDAD 2. LOS ANTECEDENTES	18
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	18
CONTEXTUALIZACIÓN.....	18
CONTENIDOS	19
SEMANA 2	19
1. Diferencia entre Plan, Programa y Proyecto.....	19
2. La Lluvia de ideas o brainstorming	20
3. El Antecedente.....	22
4. La Justificación.....	24
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 2.....	28
UNIDAD 3. OBJETIVOS Y ANÁLISIS SITUACIONAL	30
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	30
CONTEXTUALIZACIÓN.....	30
CONTENIDOS.....	31



SEMANA 3.....	31
1. Objetivos del Proyecto.....	31
2. Estructura Organizacional.....	33
3. Diagnóstico Situacional.....	41
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 3.....	44
UNIDAD 4. HERRAMIENTA DE ANÁLISIS SITUACIONAL	46
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	46
CONTEXTUALIZACIÓN.....	46
CONTENIDOS	47
SEMANA 4.....	47
1. Herramientas del Análisis Situacional.....	47
2. FODA	49
3. Análisis y aplicación de la gestión del Marketing.....	53
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 4.....	60
UNIDAD 5. MARKETING MIX	62
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	62
CONTEXTUALIZACIÓN.....	62
CONTENIDOS	63
SEMANA 5.....	63
1. Análisis y aplicación de la gestión del Marketing.....	63
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 5.....	67
UNIDAD 6. EL ESTUDIO FINANCIERO	69
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	69
CONTEXTUALIZACIÓN.....	69
CONTENIDOS	70
SEMANA 6.....	70
1. Estudio Financiero	70
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 6	76
UNIDAD 7. NORMATIVA LEGAL	78
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	78
CONTEXTUALIZACIÓN.....	78
CONTENIDOS	79
SEMANA 7.....	79



1. Normativa Legal de un proyecto.....	79
2. Análisis del tipo de Sociedades.....	80
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 7.....	84
UNIDAD 8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	86
RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	86
CONTEXTUALIZACIÓN.....	86
CONTENIDOS.....	87
SEMANA 8.....	87
1. Evaluación del proyecto (conceptualizaciones).....	87
AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 8.....	89
SOLUCIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN.....	91
BIBLIOGRAFÍA.....	93





PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Elaboración y Evaluación de Proyectos Deportivos, es una asignatura que forma parte del Eje de Formación Profesional de la carrera de Tecnología Superior en Actividad Física, Deportes y Recreación y tiene como propósito enseñar las técnicas y herramientas de diseño de proyectos para que los estudiantes formulen y evalúen proyectos productivos, de emprendimiento y de desarrollo social.

El estudio de esta asignatura es de mucha importancia para el estudiante de la carrera de Actividad Física, Deportes y Recreación, puesto que una de las competencias fundamentales de la carrera es saber diseñar, gestionar y evaluar proyectos, dicha competencia le permitirá desempeñarse eficientemente en las responsabilidades que le toque asumir en su vida profesional sea en el campo privado o público.

El propósito fundamental de esta asignatura es capacitarle al estudiante en metodologías, de diseño y evaluación de proyectos para que pueda utilizarlas de manera apropiada y eficiente cuando tenga que re-



alizar actividades relacionadas con la elaboración de proyectos.

Particularmente queremos enfatizar en la reflexión que “saber elaborar y desarrollar proyectos le va facilitar el desarrollo de sus actividades, en este sentido estos aprendizajes no solo deben ser entendidos que son parte de una determinada formación profesional, sino que son habilidades que todo ser humano de saber hacer”.

Competencias específicas de la asignatura para la carrera

Conocer y explicar el fundamento del emprendimiento y la gestión. Distingue las contribuciones que se generan de los conceptos y definiciones de los diversos enfoques que se tiene sobre negocio, emprendimiento, interiorizando a nivel básico los principios, funciones y procedimientos de la administración en la gestión de las organizaciones.

Diseña, desarrolla el Diagnóstico Estratégico; así como aplica el marketing mix, de acuerdo a los hallazgos en el diagnóstico estratégico.

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

En las actividades formativas se distribuyen entre el trabajo del estudiante y el tiempo de interacción con el docente, a través de los distintos medios existentes, tomando en cuenta los componentes de aprendizaje que hacen referencia a actividades en contacto con el docente, actividades prácticas -experimentales y las que tienen que ver con el trabajo autónomo, con la finalidad de lograr los resultados de aprendizaje propuestos en cada unidad de estudio.

ORIENTACIONES DIDÁCTICAS POR RESULTADOS DE APRENDIZAJE

“He aprendido que el valor no es la ausencia de miedo, sino el triunfo sobre él. El hombre valiente no es el que no siente miedo, sino el que lo domina”.

Nelson Mandela



UNIDAD 1

CONCEPTUALIZACIONES GENERALES



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Comprender los conceptos de proyectos y planificación.

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante conocer sobre los distintos conceptos de proyectos y planificación, logrando definir con amplitud los posibles temas que pueden ser establecidos para crear nuevos emprendimientos en el ámbito deportivo.



CONTENIDOS

SEMANA 1

1. El Proyecto.

El proyecto es el plan de acción elegido para producir o hacer realidad el evento deportivo que deseamos llevar a la práctica. Se puede indicar también que es un guión que anticipa una serie de cuestiones básicas en la intervención, implantación, seguimiento y evaluación en un evento Deportivo.

Se requiere, haber realizado un buen diagnóstico de la situación de partida sobre la que se va a intervenir, que servirá para después justificar y fundamentar el proyecto adecuadamente.

Una vez hecho este diagnóstico, se procede a la fase de programación, que consiste básicamente en dar respuesta a diez preguntas básicas sobre la acción planificada que supone el proyecto:

1. QUÉ se quiere hacer: Descripción del proyecto.
2. POR QUÉ se quiere hacer: Fundamentación.
3. PARA QUÉ se quiere hacer: Objetivos.
4. CUÁNTO se quiere hacer: Metas.
5. DÓNDE se quiere hacer: Localización física, ubicación física, etc...
6. CÓMO se va a hacer: Actividades, tareas, metodología y organización
7. CUANDO se va a hacer: Calendario de actividades o cronograma.
8. A QUIÉN va dirigido: Destinatarios o beneficiarios.
9. QUIÉNES lo van a hacer: Entidad que lo desarrollará y organización.
10. CON QUÉ se va a hacer: Recursos humanos, materiales, económicos.



Si se logra dar respuesta a estas 10 preguntas, está en condiciones de:

- Presentar un documento de proyecto
- Pasar a la siguiente fase de la planificación
- A ejecutar un programa con seguimiento continuo
- Se podrá evaluar al final, hasta que puntos se han alcanzado los resultados.

Cualquier proyecto que plantees ha de contar con una presentación por escrito. El objetivo de un proyecto de estas características suele ser llamar la atención de instituciones públicas o posibles inversores. Con lo cual, detallar por escrito en qué consiste el proyecto es una tarea imprescindible.

2. Tipos de Proyectos

La clasificación puede depender de varios autores, sin embargo, para efectos de estudio se ha clasificado los proyectos de la siguiente manera:



Fuente: (Pérez, 2022)



Según el Grado de Dificultad:

Proyecto Simple: todas las acciones o tareas a realizar no están completamente planificadas, sino que a medida en que se avanza se van creando. Por Ejemplo: se dan como las entrevistas, que a medida que avanzan se van estructurando nuevas inquietudes, así son los proyectos simples.

Proyecto Complejo: Desde el inicio se encuentran expuestas todas las tareas o acciones a realizar, delimitado en un periodo determinado. Ejemplo: Proyecto de elaborar o reformar un piso o una infraestructura.

Según el Grado de Experiencia

Proyecto Experimental: todas las acciones o tareas a realizar no están completamente planificadas, sino que a medida en que se avanza se van creando. Ejemplo: Experimentos Científicos.

Según la Procedencia del Capital

Proyecto Público: Realizado por instituciones del gobierno gracias a un presupuesto que proviene del fondo público. Ejemplo: Obras del Estado.

Proyecto Privado: Realizado por personas físicas o jurídicas por medio del capital propio. Ejemplo: Edificios de Oficinas y Departamentos.

Proyecto Mixto: Ejecutado en conjunto por instituciones públicas y privadas. Ejemplo: Carreteras concesionadas.

Según la Orientación de la Organización

Proyecto Productivo: por medio del cual se busca generar rentabilidad económica, y por ende utilidades. Ejemplo: Proyectos de inversión en el agro.

Proyecto Educativo: encargado de realizar actividades que complementen o mejoren un sistema educativo determinado. Ejemplo: Proyecto artístico-cultural.



Proyecto Social: Busca tener un impacto sobre la calidad de vida de una comunidad en específico. Ejemplo: Proyecto de elaboración un parque infantil.

Proyecto de Investigación: Tiene como objetivo el aporte de un conjunto de conocimientos en un área determinada. Ejemplo: Proyecto de investigación sobre la vida en Marte.

Proyecto Tecnológico: Es aquel que da como resultado un nuevo producto u otro ya mejorado. Ejemplo: Desarrollo de Software.

3. La importancia de un proyecto

La realización de un proyecto es importante, ya que su estructura garantiza que se cumpla de forma adecuada y bien ejecutada la idea de negocio imaginada, proporcionando un valor real de lo que se espera lograr.

Es totalmente desaconsejable tomar decisiones sin antes pensar en el qué, cuándo y dónde. Esto puede dinamitar los planes, incluso si aún no empiezan.

Empezar a delimitar un proyecto nos obliga a visualizar el objetivo que queremos alcanzar. En todos sus matices.

Es decir, la importancia del proyecto es servir de anclaje y marco realista a nuestras ideas.

4. Guión Básico de un Proyecto

El guión que todo proyecto debe contener se estructura de la siguiente manera:

- **Descripción:**

Es una carta de presentación, en la que se resume la idea central y se explica, brevemente, en qué consiste, a quién va dirigido y qué se pretende con su puesta en marcha; debe ser precisa y lo más comple-



ta posible, por lo tanto, debe describirse considerando los siguientes puntos:

- Las razones que lo fundamentan y los principales datos de la situación de partida.
- El carácter deportivo del evento (Internacional, nacional, local, etc.)
- Las metas que se pretenden alcanzar con la realización de la actividad a desarrollar.
- La contextualización del proyecto en programas o planes de los Municipios o GAD que lo presentan.
- Las entidades deportivas locales o provinciales que participan en la organización.

- **Justificación:**

Es una argumentación de las razones que fundamentan el proyecto deportivo en dos sentidos: a) Prioridad de las necesidades sobre las que el proyecto intervendrá; b) Por qué resulta la mejor alternativa.

Para ello, es necesario efectuar un diagnóstico de situación inicial, con un doble componente:

- a) Análisis y evaluación de las necesidades sobre las que intervendrá el proyecto: es decir, se trata de identificar las necesidades, magnitud, cualificarlas y conocer sus causas y consecuencias para exponerlas en la justificación.

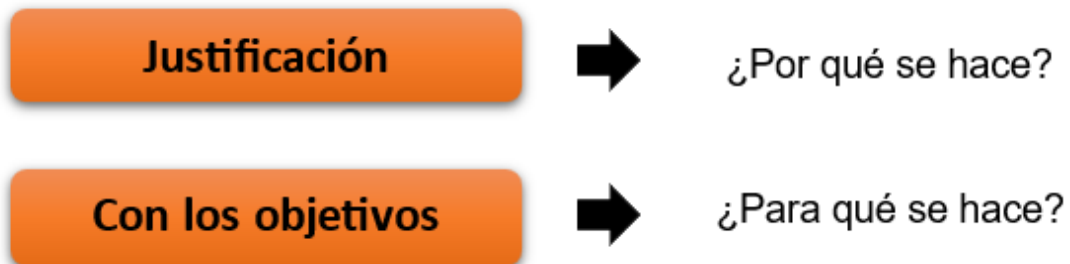
No se trata de una exposición exhaustiva, sino selectiva, presentando los principales indicadores de la situación que servirán de referencia comparativa una vez concluido el proyecto.

- b) Análisis y evaluación de las alternativas de intervención: Una vez conocidas las necesidades, incluiremos una breve reseña evaluativa de las distintas posibilidades de intervención, considerando puntos de vista como la viabilidad, la efectividad, el impacto, la oportunidad, etc.; Dejando claro que con base en todo lo descrito, el proyecto que se presenta es la mejor alternativa de actuación.



Es decir, Debemos explicar por qué queremos llevar a la práctica este proyecto, con base en la necesidad que se desea atender, argumentando que es la mejor alternativa de solución (Interés, innovación, etc.) y adjuntando el marco jurídico de referencia.

No hay que confundir:



- **Destinatarios:**

Los destinatarios son quienes van a ser beneficiarios directos del proyecto deportivo. Pudiendo ser personas físicas, grupos de personas o población, personas jurídicas (asociaciones, entidades deportivas, etc.).

Debiendo informar de dos aspectos básicos dentro de este apartado:

- A quiénes nos dirigimos: perfil y principales características de los destinatarios del proyecto.
- A cuántos nos dirigimos: Número de personas, entidades, etc., que son beneficiarios/as directos o potenciales del proyecto.

En muchas ocasiones, no será posible proporcionar la cifra concreta de destinatarios, porque resulta un dato difícil de conocer, siendo suficiente con realizar una estimación, basada en estudios solventes a fin de determinar una cifra aproximada de destinatarios.



- **Localización y zona de influencia:**

En este punto se detallará el lugar donde se desarrollará el proyecto, pudiéndose tratar de un lugar con dirección concreta o un área territorial determinada que se considere como área de influencia del proyecto.

Es recomendable incluir en este apartado un mapa, croquis o similar que permita visualizar, fácilmente, la ubicación del proyecto y, en su caso, el ámbito territorial de influencia.

- **Objetivos:**

Por tanto, los objetivos son el eje en torno al cual pivotan todos los elementos del proyecto, tanto los que ya se han descrito, como los que quedan por detallar. Expresarán lo que pretendemos alcanzar con el proyecto, qué resultados y efectos queremos conseguir por medio de su ejecución.

Los objetivos siempre están enfocados en responder el ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Para qué?, a través de estas interrogantes se establece el objetivo general y específicos.

El objetivo u objetivos generales del proyecto expresan el propósito central que se persigue con el proyecto. No señalan resultados concretos, ni directamente medibles por medio de indicadores.

Los objetivos específicos se derivan de los objetivos generales, señalando el camino que hay que seguir para conseguirlos. Tampoco apuntan a resultados concretos que se puedan medir a través de indicadores.

Antes de finalizar la unidad, de forma general les invito a realizar una reflexión y análisis de lo aprendido, estableciendo una revisión del posible tema de aplicación para el proyecto, suponiendo que nuestro



proyecto deportivo es un evento: hay que considerar algunos aspectos como el lugar de celebración, revisar si es un evento presencial. Sería bueno, además, que este argumento fuese debidamente motivado. Esto te permitirá ahorrarte problemas a medio plazo. Además, hay que tener en cuenta que esto supone, en ocasiones, la solicitud de permisos a las instituciones administradoras de los espacios donde se pretende desarrollar el proyecto.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 1

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿El proyecto puede ser un plan de acción que se escoge para hacer realidad un evento o un emprendimiento deportivos que deseamos llevar a la práctica?

Respuesta: _____

2. ¿A cuántas preguntas se debe dar respuesta para estructurar un proyecto?

- a. 5
- b. 10
- c. 3
- d. 8

3. ¿Cuándo se pregunta ¿cuánto?, se refiere a la localización física del proyecto?

Respuesta: _____

4. ¿Si respondemos las 10 interrogantes, estamos en condiciones de?

- a. Presentar un documento de proyecto
- b. Pasar a la siguiente fase de la planificación
- c. Ejecución de lo programado, llevará seguimiento continuo
- d. Todas las anteriores

5. ¿Existen cuatro tipos de proyectos?

Respuesta: _____



6. ¿El Proyecto mixto busca mejorar un sistema educativo determinado?

Respuesta: _____

7. El guión básico de la elaboración de un proyecto consta de:

- a. Descripción, Justificación, Localización
- b. Justificación, Destinatarios, Objetivos
- c. Descripción, Justificación, Destinatarios, Localización, Objetivos.
- d. Ninguno de los anteriores

8. ¿La Justificación es el ¿Para Qué? del Proyecto?

Respuesta: _____

9. ¿Se recomienda poner croquis o mapas en la localización del proyecto?

Respuesta: _____

10. Para establecer los objetivos se pregunta:

- a. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Para qué?
- b. ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde?
- c. ¿Quién? ¿Dónde? ¿Por qué?
- d. Ninguna de las anteriores

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 1 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 2

LOS ANTECEDENTES



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Diferencia entre Plan, Programa y Proyecto; y describe como se realizan los antecedentes y justificación.

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante diferenciar entre la elaboración de un Plan, elaborar un Programa o un Proyecto, enfocándose en efectuar el inicio del proyecto, estableciendo ya un tema enfocado en el ámbito deportivo y efectuando los antecedentes y la justificación.



CONTENIDOS

SEMANA 2

1. Diferencia entre Plan, Programa y Proyecto.

- **El Plan** se puede definir como las ideas que van a orientar y condicionar el resto de los niveles de planificación.

También se puede indicar que es una lista de pasos detallada con tiempo y recursos utilizados para lograr un objetivo.

Un ejemplo es el Plan Nacional de Alfabetización.

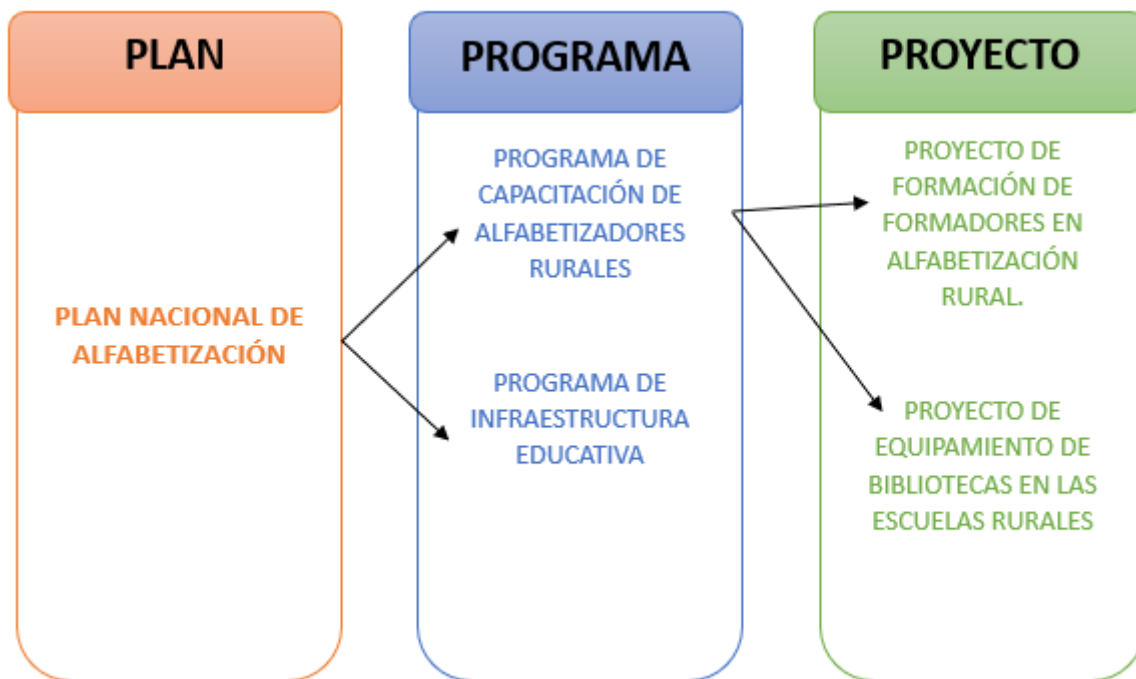
- **El Programa** concreta los objetivos y temas que se exponen en el plan, teniendo como marco un tiempo más reducido, el programa se sitúa entre plan y proyecto y representa la especificación de fines y la corrección de recursos.

Por ejemplo: Dentro del Plan Nacional de Alfabetización se ejecutan varios programas como: Programa de capacitación de Alfabetizadores rurales. Programa de Infraestructura Educativa.

- **El Proyecto** se considera como la intervención concreta e individual para hacer realidad alguna de las acciones contempladas en el nivel anterior.

Ejemplo: Manteniendo los mismos ejemplos anteriores dentro del Programa de Alfabetizadores rurales, el Proyecto de formación de formadores en alfabetización rural. Otro Proyecto dentro del mismo plan es el Proyecto de equipamiento de bibliotecas en las Escuelas rurales, etc.





Como se puede observar en el gráfico anterior, existe un plan, que puede tener varios programas y dentro de esos programas, cada uno puede tener varios proyectos.

Usted puede realizar un ejemplo de Plan, programa y proyecto, para que determine la diferencia y cuando aplicar cada uno.

Existen proyectos, que no necesariamente están anclados a un Plan general o a un programa específico, como es el caso de los proyectos deportivos que pueden surgir a través de la necesidad encontrada en la práctica deportiva y con una posibilidad de aportar con soluciones.

2. La Lluvia de ideas o brainstorming

Según Quintal, (2022) Es una manera desinhibida de y creativa de explorar nuevas y mejores alternativas, fue planteada por primera vez en el año 1940 por Alex Faickney Osborn y sus principios son:

- Permitir que las ideas surjan de manera espontánea
- Moderar los juicios para no interrumpir esa espontaneidad

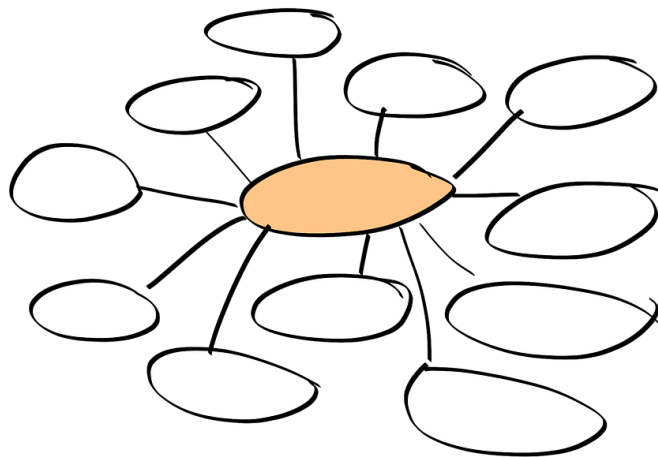


- Priorizar la colaboración, en vez del afán por dar la idea más aplaudida

Esta es una técnica grupal, sin embargo, es muy aplicable para determinar a partir de mi objetivo o mi tema a escoger, que debe ir alrededor de lo que quiero o necesito.

Cómo hacer una lluvia de ideas:

- Definir un objetivo (buscar un tema para proyecto deportivo en el cual me sienta feliz y cómodo ejecutándolo)
- Elaborar un mapa mental con las ideas que me permitan mejorar o cumplir el objetivo



Ejemplo:

Objetivo: Crear una escuela de fútbol

Mapa mental elaborado para establecer si es escuela de niñas, de niños, si se entrena en coliseo o en cancha de césped, si es fútbol o fútbol sala, si es en la mañana o tarde el horario, si cuento con material, etc.





Una vez establecidas todas las ideas alrededor de mi idea principal u objetivo, elaboro la propuesta viable final:

Crear la escuela de Futsala en Santo Domingo de los Colorados para niñas de 8 a 16 años.

De esta manera, se debe generar como primer paso, el planteamiento del tema específico sobre el que voy a elaborar mi proyecto deportivo.

Es fundamental la estructura de este paso, para posterior a ello iniciar con el antecedente que se explica a continuación.

3. El Antecedente

Es una referencia para analizar o hablar sobre un tema, que influye en hechos posteriores, que puede servir para juzgarlos, entenderlos, etc.

Es la base que sirve como ejemplo para el desarrollo de un nuevo proyecto. ¿Se puede entender entonces que es lo que espera el lector? Espera que el autor del proyecto reseñe las investigaciones principales



vinculadas temáticamente con lo que va a investigar y que las relacione con su estudio.

Nos sirve como referencia para guiarnos en el tema a tratar, así mismo, nos ayuda y permite estabilizar el proyecto por medio de bases con argumentos sólidos.

Aspectos importantes para considerar en la elaboración del antecedente:

- Tema a tratar
- Aclaración del tema a tratar
- Ortografía
- Redacción

Para realizar la búsqueda de la información que se describe en los antecedentes, se debe primero revisar bibliografía internacional, nacional y local, como se puede observar en el siguiente **ejemplo**:

Desde el año 1912 inicia el deporte del fútbol en la Ciudad de Quito, jugándose en las calles, considerando un juego divertido que despertaba grandes emociones entre niños, adolescentes y adultos

Es así que, en el Ecuador en 1957, ya se jugaba el fútbol ecuatoriano, uno de los escenarios emblemáticos en Quito fue el Estadio del Arbolito, sin embargo, a través de los años se mejoró en infraestructura en organización a nivel nacional, inclusive llegando a instaurarse escuelas de fútbol por el gran deseo de aprender a jugar este deporte, pasando de la enseñanza por convicción o por amor al deporte a convertirse en un medio de enseñanza – aprendizaje de esta disciplina deportiva con personas especialistas y con cobros de mensualidades.

En el Fútbol femenino no es distinto, la práctica deportiva data de varios años atrás, lastimosamente el fútbol fue visto como un deporte practicado por hombres, lo que dificultaba que las chicas pudieran practicarlo libremente, sin embargo, existieron chicas que entrenaron con hombres y jugaban en el barrio con niños y fueron las que poco a



poco integraron selecciones nacionales de fútbol desde 1995, llegando hasta el año 2013 en el que se jugó el primer torneo nacional de fútbol femenino a nivel amateur, logrando mantenerse este torneo por varios años con el apoyo de la Federación Ecuatoriana de Fútbol y el Ministerio del Deporte, cada vez con menos dinero y con más chicas practicándolo; así el año 2019 se realiza a nivel “profesional” el primer torneo de fútbol femenino denominado Superliga femenina, con la participación de 14 equipos a nivel nacional, el mismo que sigue vigente y es una plataforma para que a las niñas que les gusta el fútbol, vean sus sueños alcanzables, por lo tanto, hay mayor interés en el ingreso a Escuelas de Fútbol y de pertenecer a Clubes que juegan en Superliga.

En este ejemplo, se puede observar, como se va de lo general a lo específico, de lo internacional a lo nacional y local.

4. La Justificación

La justificación es la parte de un proyecto de investigación que expone las razones que motivaron la realización de dicha investigación.

Explican la importancia y los motivos que llevaron al investigador a realizar el trabajo en cuestión, es decir, Es una explicación que se elabora por escrito para demostrar la necesidad que existe de llevar a cabo un determinado proyecto o iniciativa. Dicha explicación es un elemento fundamental en las fases de presentación y evaluación de nuestro proyecto.

Para que sirve:

- Explica al lector por qué y para qué se investigó el tema elegido.
- Los motivos que un investigador puede dar en una justificación pueden ser que su trabajo permite construir o refutar otras teorías;
- Aportar un nuevo enfoque o perspectiva sobre el tema;
- Contribuir a la solución de un problema concreto (social, económico, ambiental, etc.) que afecta a determinadas personas;



- Generar datos empíricos significativos y reutilizables; aclarar las causas y consecuencias de un determinado fenómeno de interés, entre muchos otros.

Características:

- Conveniente: ya que explica su funcionalidad
- Relevancia social: Desarrolla el impacto que tendrá la investigación en la sociedad.
- Valor técnico: muestra la aportación que realizará la investigación ha otras áreas del conocimiento.
- Implicación Práctica: ayudará a resolver algún problema del presente o futuro.
- Utilidad metodológica: explica como aporta, ya sea como nuevo método o para validar existentes, a la recolección o análisis de la información.

Cómo construir la Justificación:

- Resumen preciso: Empezar con un enunciado que resuma de manera clara y concreta de que irá el trabajo de investigación, considerando el problema en cuestión, el tema a abordar, los alcances, la metodología, entre otras cosas.
- Se deberá exponer la importancia de realizar la investigación con las características anteriores siempre tomando en cuenta el público al que va dirigido.
- Fundamenta la investigación: argumentaron las razones para hacer la investigación, se deben sostener: estadísticas, estudios, entrevistas a expertos, investigaciones, entre otros.
- Exponer las necesidades: es relevante exponer las necesidades que tendrá la investigación para llevarse a cabo, ya sean recursos económicos, técnicos, operativos, humanos, etc. Esto es importante para definir la viabilidad del proyecto.

El tipo de preguntas que se debe responder en la justificación es el ¿Por qué? y ¿Para qué?



- ¿Por qué tu proyecto es necesario y en qué consistirá?
- ¿Cuáles son los principales beneficios que ofrece el proyecto?
- ¿Cuáles serán los efectos positivos que se desprenderán de dicho proyecto?
- ¿Cuáles oportunidades podrá abrir el proyecto?
- ¿Qué tipo de problemas resuelve el proyecto?
- ¿En qué forma estos problemas afectan actualmente a tu industria o comunidad?
- ¿De qué forma se piensa realizar este proyecto?

La estructura general que debe tener la presentación de la justificación es:

- Un enfoque claro que define bien las razones que justifican el proyecto y la decisión de implementarlo.
- Una aplicabilidad concreta que esté reforzada por una necesidad o demanda real en el mercado meta de nuestro interés.
- Un objetivo bien definido en términos de lo que se quiere alcanzar y los efectos que se esperan obtener

Ejemplo de Justificación

Al instaurarse el fútbol como uno de los deportes con más seguidores en el mundo, y uno de los que mayor rating tienen en el Ecuador, la práctica y el aprendizaje de este deporte **se vuelve imperiosa en niños y niñas desde temprana edad, muchos padres buscan hacer incursionar a sus hijos desde pequeños para que puedan, de forma errónea, permitirles tener un mejor estilo de vida a futuro**, por lo que ven esta práctica como una inversión a largo plazo, en otros casos, los padres buscan mantener a sus hijos ocupados en la práctica deportiva para suplir las horas de ausencia por los extenuantes horarios laborales y existen quienes desde niños o niñas les gusta el fútbol quieren ser como sus ídolos algún día y piden ser inscritos en una escuela de



fútbol, pero sobre todo, en el caso de las niñas, buscan entrenar en un Club que sea profesional para aspirar algún día a jugar en el primer equipo.

Al ser un deporte que sirve para desarrollar habilidades, capacidades y destrezas en niños y adolescentes, es importante que su perfeccionamiento diario se realice a través del entrenamiento deportivo con profesionales de experiencia y con un espacio y equipamiento adecuado para la formación integral del deportista.

Entendiendo que para la práctica de fútbol es necesario contar con instalaciones y equipos idóneos, el respaldo de un Club también es sumamente importante al momento de ofrecer este servicio; el Club ESPUCE cuenta con un palmarés muy amplio con participaciones a nivel local, provincial, nacional e internacional en hombres y mujeres, logrando títulos y reconocimientos que se traducen en confianza, excelencia y trabajo diario, motivo por el cual es importante para el Club iniciar su semillero para futuro con chicos y chicas que gusten de esta práctica deportiva y deseen empezar a tener un espacio en el fútbol.

Con base en lo antes descrito, el Club ESPUCE es el respaldo adecuado para ofrecer oportunidades tanto mujeres como a varones para empezar su etapa deportiva en el fútbol como para mejorar o incrementar sus conocimientos como deportista amateur que algún momento podrán ingresar al fútbol profesional.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 2

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

- a) ¿Plan, programa y proyecto se encuentran al mismo nivel y son iguales?

Respuesta: _____

- b) ¿El antecedente debe ser de lo macro a lo micro?

Respuesta: _____

- c) ¿Qué espera encontrar el lector cuando revisa el antecedente?

- a. Reseña de investigaciones que se relacionen con el estudio
- b. Cosas divertidas de otros países
- c. Conclusiones
- d. Todas las anteriores

- d) ¿Cuáles son los aspectos para considerar al realizar el antecedente?

- a. Redacción
- b. Lectura corta
- c. Historias divertidas
- d. Ninguna de las anteriores

- e) ¿Cuál es el orden de búsqueda y estructura del antecedente?

Respuesta: _____



f) ¿La justificación es el Porqué y para qué?

Respuesta: _____

g) Qué aspectos se debe considerar al construir la justificación:

- a. Resumen preciso
- b. Importancia de realizar la investigación
- c. Exponer las necesidades.
- d. Todas las anteriores

h) Una de las preguntas que se plantea en la justificación es ¿Qué tipo de problemas resuelve el proyecto?

Respuesta: _____

i) ¿La característica del valor teórico, explica su funcionalidad?

Respuesta: _____

j) ¿La lluvia de ideas te permite establecer ideas creativas a partir de un objetivo?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 2 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 3

OBJETIVOS Y ANÁLISIS SITUACIONAL



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Establece claramente los objetivos y entiende la estructura del diagnóstico situacional

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante establecer los objetivos del proyecto, así como generar el diagnóstico situacional, conociendo y entendiendo la ejecución del diagnóstico situacional.



CONTENIDOS

SEMANA 3

1. Objetivos del Proyecto

Los objetivos son concretos, medibles, y determinan el éxito o el fracaso de un proyecto.

Son aquellos logros que se desean alcanzar durante el desarrollo de alguna tarea que requiere de muchas acciones o actividades por parte de una o varias personas en conjunto.

Para que un objetivo se considere correcto, éste debe estar bien formulado: claro, conciso, realista, medible.

Criterios para redactar un objetivo:

- Es necesario iniciar con un verbo en infinitivo. El mismo debe explicar de manera concreta la acción que ejercerá el logro a cumplir.
- Cada uno de los objetivos específicos está orientado a los elementos básicos de un problema.
- El objetivo general y los específicos debe ser factibles para lograrlos en un tiempo razonable.
- Evitar palabras con distintos significados o que se pueden interpretar de diferentes maneras.
- Los objetivos deben estar ordenados de tal manera que indiquen el progreso que se da para lograr el objetivo general.

Errores que evitar:

- No redactes coloquialmente: no utilice en ninguna parte expresiones que sólo se entiendan en tu país.
- Un objetivo desviado a los objetivos específicos: Objetivo general tenga relación con el específico.
- Repetir verbos entre objetivos: Existen infinidad de palabras para describir una acción, busca sinónimos y no intentes atribuir la misma acción a 2 objetivos diferentes



Listado de verbos en infinitivo que se pueden utilizar:

Conocimiento	Comprensión	Aplicación	Análisis	Síntesis	Evaluación
-Definir	-Interpretar	-Aplicar	-Analizar	-Planear	-Evaluar
-Repetir	-Traducir	-Emplear	-Distinguir	-Proponer	-Juzgar
-Registrar	-Describir	-Utilizar	-Diferenciar	-Diseñar	-Clarificar
-Memorizar	-Reconocer	-Dramatizar	-Inspeccionar	-Formular	-Estimar
-Relatar	-Explicar	-Ilustrar	-Probar	-Reunir	-Valorar
-Subrayar	-Expresar	-Operar	-Comparar	-Construir	-Calificar
-Identificar	-Ubicar	-Dibujar	-Constatar	-Criticar	Seleccionar
	-Informar		-Criticar	-Establecer	-Escoger
	-Revisar		-Discutir	-Organizar	-Medir
			-Debatir	-Dirigir	
			-Examinar	-Preparar	

Objetivo General

- Plantea la solución al problema global, es decir, el fin principal que se quiere perseguir en el proyecto.
- Este tipo de objetivo responde a la necesidad principal del negocio por lo que su planteamiento será más genérico y englobará más temas.
- A la hora de formular este objetivo, se debe tener en cuenta que hay que sintetizar al máximo la idea que se quiere transmitir y que, por regla general, solo debe existir uno.
- Se lo estructura a través de 3 preguntas, ¿Qué? ¿Cómo? y ¿Para qué?

Ejemplo:

Implementar la Escuela de Fútbol Formativa Especializada para niños y niñas desde los 12 años, a través de un programa de fútbol enfocado en el desarrollo psicomotriz y formación integral basados en valores que permitan brindar a la sociedad deportistas y personas de bien.



Objetivos Específicos

- Hacen referencia a temas más concretos, a aquellos que hablan de cada una de las estrategias o acciones planteadas.
- En este caso, los objetivos deben ser más concretos y 100% medibles, además de estar encaminados, por una parte, a dar solución a la acción planteada en concreto y, por otra, debe sumar para la consecución del objetivo general.
- Resumiendo, los objetivos específicos deben presentar los detalles de las metas globales que se persiguen en el proyecto e indicar el camino a seguir.

Ejemplo

- Implementar la filosofía de aprendizaje en etapas formativas a través del juego.
- Participar en los Torneos Nacionales Categoría Sub-14, clasificatorio a Torneo Sudamericano de Juventudes.
- Formar jugadoras para que en 4 años sean parte del primer equipo.
- Establecer alianzas estratégicas para las categorías formativas.
- Implementar las redes sociales para promoción de la Escuela y posicionar marca.
- Fomentar la amistad, la unión y el compañerismo.

2. Estructura Organizacional

De acuerdo a Sordo, (2021) la estructura organizacional es una representación gráfica que describe en su conjunto las formas en que se divide el trabajo y la manera en que se relaciona cada unidad o actividad de una organización para facilitar la comunicación y coordinación.

La Estructura organizacional es útil para los empleados que ingresan a la organización. De esta forma se familiarizan rápidamente con la estructura del corporativo y con quién gestiona tal o cual pro-



ceso. Así mismo, permite visualizar y entender cómo funcionarían los flujos de trabajo a raíz de dichas modificaciones, ya sea por una renovación en el modelo del negocio o porque la competencia así lo exige.

Características de la Estructura Organizacional:

- Muestra cómo se toman las decisiones:

Expresa claramente si es centralizada o descentralizada, dependiendo de la forma en que se toman las decisiones: si vienen desde los altos cargos de la compañía, o de los empleados.

- Cumple objetivos.

Cada empresa es distinta; por lo tanto, cuando crea su estructura lo hace teniendo en cuenta las herramientas que utiliza, las tecnologías que aprovecha y, lo más importante, el tipo de metas y objetivos que desea alcanzar.

- Define las áreas y puestos.

La definición más sencilla de la estructura organizacional es pensarla como el mapa que ilustra cómo se divide la empresa y cuántas personas están involucradas en las labores diarias. Es más fácil identificar a los responsables de áreas y a quién responde cada empleado.

- Representa cómo trabaja la empresa.

Los integrantes de estos equipos están más conscientes de las repercusiones de su trabajo y las razones por las que es tan importante que logren sus objetivos en tiempo en forma.

- Está en movimiento continuo.

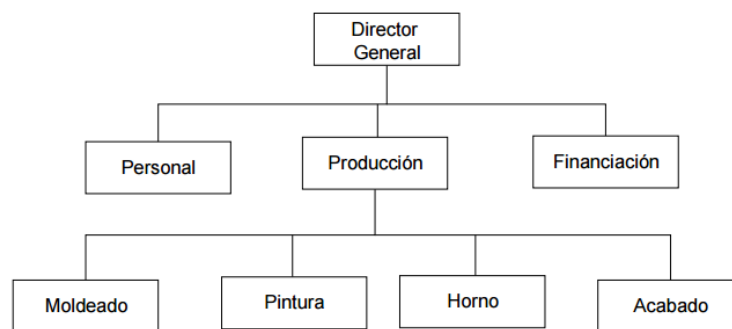
La estructura organizacional está viva: puede crecer, transformarse y adaptarse a diferentes circunstancias.



Tipos de Estructura Organizacional:

Lineal:

Se basa en los niveles de autoridad y se maneja un sistema de decisión centralizada. Esta se estructura de forma piramidal, mientras más alta sea la jerarquía, disminuyen los puestos, pero aumenta en cada cargo las responsabilidades.



Horizontal

Existen pocos mandos medios de autoridad, por lo tanto, las personas que ocupan los niveles más altos de autoridad entran en contacto directo con todos los trabajadores de primera línea.



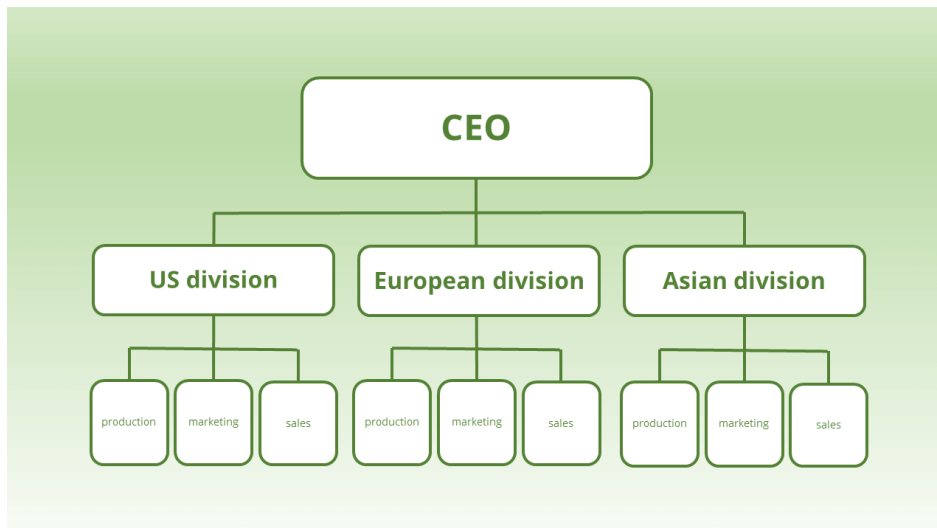
Funcional

Este sistema, agrupa y ordena a las personas que ocupan puestos similares dentro de la empresa, se basa fundamentalmente en las tareas que tienen que desarrollar cada jefe y su grupo de trabajo.



Divisional

Este sistema organiza a los trabajadores por tipo de producto o servicio específico que se ofrece en el mercado.



Matricial



La organización divide el esquema de trabajo, tanto por cada área de funciones como por los tipos de proyectos que se desarrollan.



Central

Se usa en empresas muy grandes, siendo su forma de trabajo más compleja.



a) **Misión**

La misión de la empresa es la razón de ser o el motivo por el cual existe, es decir, indica la actividad que realiza la empresa o en este caso cual es la actividad que realizará en el proyecto deportivo.

Características:

- Corta y precisa: debe ser sencilla y fácil de comprender
- Inspiradora: Debe motivar a todos los que forman parte de la empresa para alcanzar las metas propuestas.
- Original: debe hablar o expresar lo que realiza la empresa y que la hace diferente.
- Dirige el mercado: identifica que realiza la empresa en el mercado y como se agrega valor al cliente.

Ejemplo:

Somos una escuela formativa especializada enfocados en formar, educar y motivar a los niños y niñas mediante la práctica de fútbol, en la cual se incluyen procesos y programas que les ayudará a desarrollar habilidades motrices básicas y adquirir nuevos conocimientos en el deporte, generando de esta manera, hábitos de vida saludable y mejorando las relaciones personales para elevar la calidad de vida de la sociedad.

b) **Visión**

Es el camino al cual se va a dirigir a largo plazo, sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas y las de competitividad.

También se puede decir, que son los logros que se quieren alcanzar en el futuro, es decir, el punto o el lugar al que se quiere llegar a largo plazo y el cómo se quiere llegar al mismo.

Así mismo, la misión puede ir sufriendo pequeñas modificaciones al paso del tiempo, siempre que se conserven los valores y la misión que incentivaron a la creación del negocio.



Para realizar la visión se pueden dar respuestas a estas preguntas:

- ¿Cómo debería ser mi empresa a futuro?
- ¿Qué imagen deseo proyectar de mi negocio?
- ¿Qué otras actividades desarrollaré a futuro?
- ¿Qué objetivos y metas quiero conseguir a largo plazo?
- ¿Cuáles serán los valores y actitudes que se necesitan para conseguir estas metas?

Misión

Es inmediata, precisa y específica, ya que se encuentra en el presente. Su objetivo es establecer de forma concreta que es lo que realiza la organización y para quién.

Visión

Es más general y menos específica, debido a que en esta solo se menciona a lo que se aspira a largo plazo. El objetivo es señalar a dónde se quiere que la organización llegue, por qué se visualiza ahí y cómo tratará de llegar hasta ese punto

Ejemplo:

Ser una de las mejores escuelas de fútbol formativa especializada en los próximos 10 años, enfocada en un modelo organizativo y administrativo reconocido en la práctica deportiva por generar procesos de formación integral y de sana convivencia para niños (as) obteniendo felicidad, empatía y responsabilidad en cada uno de ellos.

c) **Valores**

Son las bases éticas, morales por las que se rigen los miembros de una organización, estos principios establecen la verdadera personalidad del negocio y definen las políticas de comportamiento de sus labores diarias.



Para determinar los valores, se puede establecer a través de dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿En qué creemos como empresa?
- ¿Cómo queremos que nos vea la sociedad?
- ¿Qué imagen queremos dar hacia nuestros clientes?

Ejemplo:

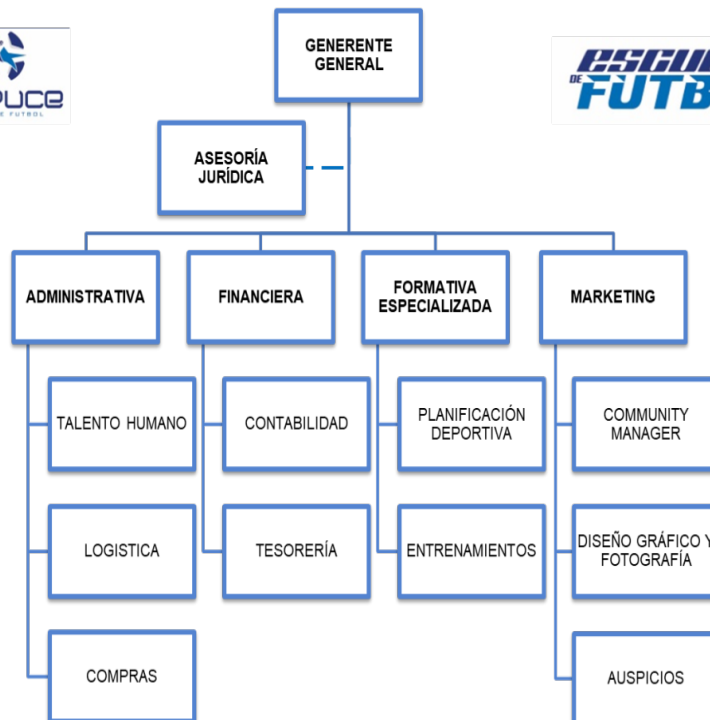
- **Respeto**, respeto por el equipo y por el rival.
- **Disciplina**, manteniendo el orden y siguiendo las reglas y normas establecidas dentro del aprendizaje.
- **Compañerismo**, al compartir con todos los compañeros y compañeras, al ser un deporte grupal.
- **Honestidad**, ser transparente y siempre enfocados en la enseñanza de decir la verdad desde las cosas simples como la ejecución de los ejercicios, aunque el profesor no te vea que las hagas.
- **Compromiso**, al ser un deporte en equipo se depende del trabajo y entrega de todos, se genera el compromiso para obtener beneficios para todos.

d) **Organigrama**

Como se revisó en el apartado de la Estructura Organizacional, el Organigrama es el reflejo del tipo de estructura que se quiere establecer para tener una comunicación adecuada internamente.

El ejemplo del Organigrama del Proyecto de la Escuela de fútbol es el siguiente:





3. Diagnóstico Situacional.

Es un estudio que se realiza con la finalidad de conocer cómo se encuentra la empresa en un momento determinado, para ello se analiza el entorno interno y externo en el que se desenvuelve.

Para realizar este análisis es necesario contar con datos pasados, presentes y futuros. Estos datos son muy importantes, ya que pueden servir de base para continuar con un proceso de planificación estratégica, señalando a la empresa el camino y las acciones a seguir.

En el análisis situacional hay dos aspectos importantes que considerar: Análisis Interno (Microentorno) y el Análisis Externo (Macroentorno)



a) **MACROENTORNO**

Cuando se habla del macroentorno, se refiere al análisis externo de aspectos como: económico, demográfico, tecnológico, socio cultural, legal y política, medioambiente.

- **Económico**

Nivel de ingresos y la capacidad adquisitiva de las personas, lo que podría incidir positiva o negativamente, en el funcionamiento de la empresa.

- **Demográfico**

Son variables relacionadas con las variaciones de la población, lo que puede afectar en un crecimiento o disminución del mercado.

- **Legal y Político**

Las normas y leyes vigentes en el País donde opera la empresa, sabiendo que la empresa debe cumplirlas y verificar si esto favorece o perjudica su normal funcionamiento.

- **Medioambiente**

El medioambiente, conlleva todo tipo de variables, como el clima, la geografía, y cualquier desastre natural que incide en el funcionamiento de la empresa.

- **Tecnología**

Las innovaciones tecnológicas ayudarán a la empresa, si tiene la capacidad adquisitiva necesaria para poderlas incorporar, caso contrario, le puede llevar al retraso o la obsolescencia.

- **Social y Cultural**

Los aspectos socioculturales son muy importantes, porque incluyen valores, creencias y costumbres que influyen de forma positiva o negativa sobre el funcionamiento de la empresa.



b) **MICROENTORNO**

Cuando se habla del microentorno, se refiere al análisis externo de aspectos como: Consumidores, competidores, intermediarios o distribuidores, proveedores.

- **Consumidores**

Las personas o empresas que compran los productos que se ofrecen en el mercado para su consumo final o para usarlos en su proceso de producción.

- **Competidores**

Son todas las empresas que participan dentro del mismo mercado ofreciendo los mismos productos o productos sustitutos.

- **Intermediarios o Distribuidores**

Son los que compran los productos. Posteriormente, los vuelven a vender en el mercado. Es decir, se encargan de su proceso de comercialización.

- **Proveedores**

Las empresas que suministran los insumos o las materias primas para que se pueda efectuar el proceso de producción.

Para efectuar el análisis tanto del Macroentorno como del Microentorno se debe establecer al final de cada variable si hay una afectación positiva o negativa, es decir, para el Macroentorno al final se define si es una Oportunidad o amenaza; si son variables del Microentorno el análisis define si es una fortaleza o debilidad para la empresa o en este caso, para el proyecto de emprendimiento.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 3

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿Un criterio para redactar un objetivo es poner verbos en infinitivo?

Respuesta: _____

2. ¿Los objetivos son concretos, medibles, y determinan el éxito o el fracaso de un proyecto?

Respuesta: _____

3. ¿Los objetivos se los plantea con 3 preguntas?

- a. ¿Qué?
- b. ¿Cómo?
- c. ¿Para qué?
- d. Todas las anteriores

4. ¿La estructura organizacional es una representación gráfica que describe en su conjunto las formas en que se divide el trabajo?

Respuesta: _____

5. ¿Características de la Estructura Organizacional?

- a. Muestra como se toman las decisiones
- b. Cumple Objetivos
- c. Define las áreas y puestos
- d. Todas las anteriores



6. ¿La misión de la empresa es el camino al cual se va a dirigir a largo plazo?

Respuesta: _____

7. Para realizar la visión se pueden dar respuestas a estas preguntas:

- a. ¿Qué otras actividades desarrollaré a futuro?
- b. ¿Qué objetivos y metas quiero conseguir a largo plazo?
- c. ¿Qué imagen deseo proyectar de mi negocio?
- d. Todas las anteriores

8. ¿Cuándo hablo de Macroentorno me refiero a?

- a. Económico
- b. Competidores
- c. Proveedores
- d. Ninguna de las anteriores

9. ¿Macroentorno es un estudio que se realiza con la finalidad de conocer cómo se encuentra la empresa en un momento determinado?

Respuesta: _____

10. ¿Cuándo hablo de Microentorno son Fortalezas y debilidades?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 3 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 4

HERRAMIENTA DE ANÁLISIS SITUACIONAL



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Escoge la herramienta adecuada para efectuar el análisis situacional

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante escoger de forma adecuada la herramienta aplicable en el diagnóstico situacional, conociendo y entendiendo la ejecución del diagnóstico situacional.



CONTENIDOS

SEMANA 4

1. Herramientas del Análisis Situacional

(Buzzi, 2023) señala que estas herramientas son fundamentales para cualquier empresa que busque mantenerse competitiva y alcanzar sus objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo bajo un marco coherente.

Estas herramientas permiten evaluar la situación interna y externa de la empresa, identificar las oportunidades y amenazas del entorno, y desarrollar planes de acción específicos para aprovechar las fortalezas y mejorar las debilidades.

Existen varios tipos de herramientas de análisis situacional utilizadas en las organizaciones o en la generación de nuevos proyectos:

- **El modelo de las 5C**



Este modelo ofrece información muy amplia y útil para conocer el entorno del mercado donde se mueve la empresa y está enfocado en los clientes, la compañía, los competidores, los colaboradores y el contexto en el cual se desarrolla la empresa.

- El modelo de las cinco fuerzas de Porter

Este modelo denominado también el modelo de las 5 fuerzas de Porter, tiene su enfoque en establecer un marco de análisis de la competencia dentro de la industria y generar una estrategia de negocio.



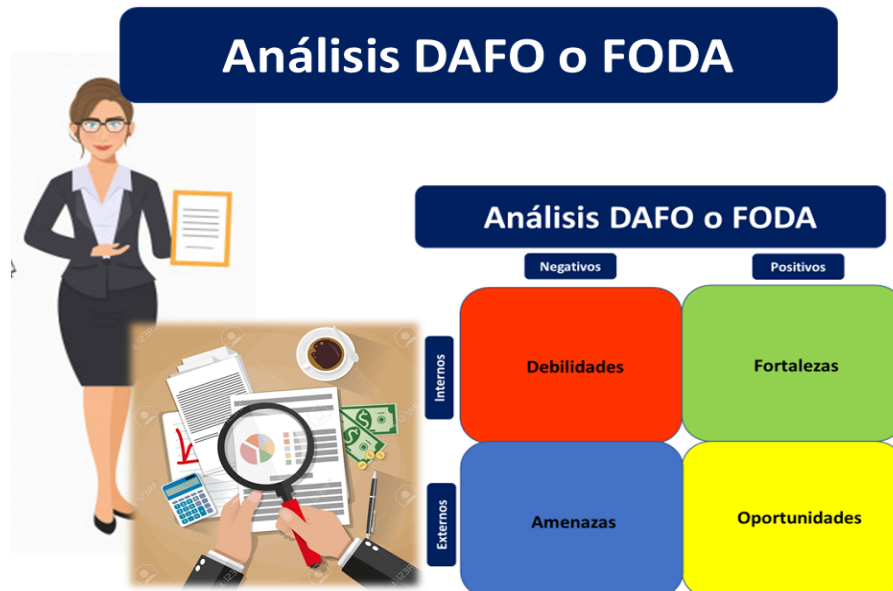
- La competencia y rivalidad del mercado.
- El poder de negociación de los clientes.
- El poder de negociación de los proveedores.
- Amenaza del apareamiento de nuevos competidores.
- Amenaza del apareamiento de nuevos productos.

Este análisis se enfoca en el entorno para encontrar amenazas de la competencia y reconocer los problemas que se pueden enfrentar, de manera que se pueda minimizar el impacto que pueda causar en la empresa.



- El Análisis FODA

Este modelo analiza el entorno interno y externo. El entorno interno permite encontrar debilidades y fortalezas y el entorno externo hace que se puedan identificar amenazas y oportunidades para la empresa.



Esta herramienta permite analizar:

- La competencia y rivalidad del mercado.
- El poder de negociación de los clientes.
- El poder de negociación de los proveedores.
- Amenaza del apareamiento de nuevos competidores.
- Amenaza del apareamiento de nuevos productos.

2. FODA

Es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras.





El FODA se estructura de la siguiente manera:

- **Análisis Interno:**

Se analizan las fortalezas y debilidades considerando la estructura empresarial, la operatividad, la dirección y los aspectos financieros que influyen en el funcionamiento.

- Las fortalezas son las características positivas de la empresa que sirven como inspiración o modelo a seguir. Son elementos diferenciadores y que hacen que la compañía se destaque del resto.
- Las debilidades son elementos negativos o puntos bajos de la empresa que pueden afectar el cumplimiento de objetivos y dificultan la llegada de los resultados esperados.

- **Análisis Externo:**

Se analizan diferentes condiciones en las que su buen desarrollo no depende necesariamente de la empresa. Pueden presentarse como amenazas u oportunidades, dependiendo del impacto que tengan en su operación. Algunos ejemplos podrían ser los factores sociales, ambientales, políticos o legales.

- Las amenazas son aspectos negativos que afectan a la empresa y requieren un plan estratégico para prevenirse o aminorar su efecto.



- Las oportunidades son las situaciones o elementos positivos del entorno que se deben aprovechar, ya que de ello depende atraer mayores inversiones o beneficios para su futuro y crecimiento.

Esta herramienta de análisis situacional crea un diagnóstico certero y útil para detectar problemas internos y externos, determinar el curso que deberá seguir la compañía y brindar mayor conocimiento acerca de las características de valor del negocio, tanto a los miembros del equipo como a los nuevos talentos.

Permite tener un panorama más amplio de la empresa, desde las ventajas competitivas hasta las dificultades que pueden afectarla.

Características:

- Relatividad, es realizado por personas, las cuales discuten sobre los elementos que consideran claves para el futuro de la organización
- Iniciativa, brinda información para el desarrollo de estrategias.
- Temporalidad, hace referencia a un momento concreto de la organización o de un proyecto en específico
- Parcialidad, ofrece una visión particular de los aspectos más importantes de la organización



Una vez efectuado el análisis del proyecto ejemplo, se establece el FODA de la Escuela de Fútbol.



INTERNAS	FORTALEZA	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un Club Formativo legalizado • Tener el soporte del Club de Primera • Conocimiento de la práctica de fútbol en niños y niñas. • Contar con los implementos para la práctica de fútbol. • Infraestructura para la práctica deportiva 	<ul style="list-style-type: none"> • No tener una infraestructura propia • Padres de familia interfieren en la formación • Lesiones deportivas • No contar con fisioterapeuta fijo en el Club • Deportistas con talento pero sin recursos económicos. • No realizar un buen scouting
EXTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de los auspiciantes del Club de Primera • Fomentar la práctica deportiva • Becas fuera del País (femenino) • Ser considerados en Selecciones Nacionales • Trabajo para las deportistas profesionales tituladas en DT. 	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con un presupuesto acorde a la planificación anual deportiva. • Pérdida de los deportistas formados en el Club • Cambios en condiciones de salud, materiales o físicas. • Cambio de Residencia de los deportistas

Para completar el análisis se procede a la ponderación de acuerdo al impacto que genera cada Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y Amenaza encontrada en el diagnóstico inicial.

ANÁLISIS		IMPACTO			
FORTALEZAS		5	3	1	0
F1	Ser un Club Formativo legalizado	X			
F2	Tener el soporte del Club de Primera		X		
F3	Conocimiento de la práctica de fútbol en niños y niñas	X			
F4	Contar con los implementos para la práctica de fútbol		X		
F5	Infraestructura para la práctica deportiva	X			
OPORTUNIDADES		5	3	1	0
O1	Apoyo de los auspiciantes del Club de Primera		X		
O2	Fomentar la práctica deportiva		X		
O3	Becas fuera del País (femenino)	X			
O4	Ser considerados en Selecciones Nacionales		X		
O5	Trabajo para las deportistas profesionales tituladas en DT.	X			



	DEBILIDADES	5	3	1	0
D1	No tener una infraestructura propia	X			
D2	Padres de familia interfieren en la formación			X	
D4	Lesiones deportivas		X		
D5	No contar con fisioterapeuta fijo en el Club		X		
D6	Deportistas con talento pero sin recursos económicos.	X			
	AMENAZAS	5	3	1	0
A1	No contar con un presupuesto acorde a la planificación anual deportiva.	X			
A2	Pérdida de los deportistas formados en el Club		X		
A3	Cambios en condiciones de salud, materiales o físicas.	X			
A4	Cambio de Residencia de los deportistas		X		

Esta ponderación nos permite establecer estrategias enfocadas en las afectaciones y en las fortalezas y oportunidades, aplicando de esta manera el marketing mix.

3. Análisis y aplicación de la gestión del Marketing (producto y precio)

Las 4P's son la representación de los 4 pilares básicos de cualquier estrategia de marketing, conocidas como: Producto (servicio), Precio, Plaza, Promoción.

- **Producto:** la empresa conseguirá sus objetivos de ventas en la medida que su producto se adapte a las necesidades del consumidor. Se debe definir, por tanto, las características que este producto ha de reunir para atender al mercado o al segmento de mercado al que va dirigido.
- **Precio:** Se debe fijar por encima del coste total medio para obtener beneficios, sin embargo, existen limitaciones derivadas del entor-



no competitivo en que se encuentra la empresa y de la actitud del consumidor.

- **Promoción o comunicación:** para que un producto sea adquirido se debe diseñar actividades de publicidad y relaciones públicas para darlo a conocer y orientar al consumidor para que lo compre.
- **Plaza o Distribución:** es necesario hacer llegar el producto al sitio y en el momento adecuado. Esto implica determinar los medios de transporte y los canales de distribución más idóneos.

a) **Producto**

Producto puede ser cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga un deseo o una necesidad.

Un producto posee un conjunto de características y atributos que pueden ser tangibles como la forma, el tamaño, el color; e intangibles como la marca, imagen de empresa, el servicio; que el comprador acepta en busca de satisfacer sus necesidades.

Tipos de productos:

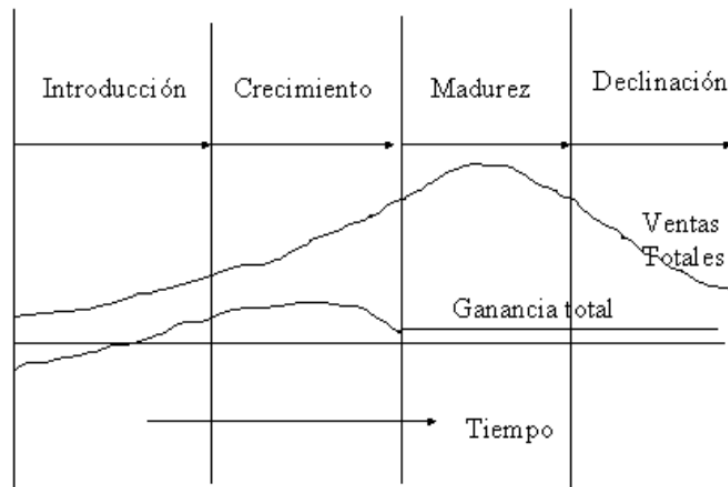
- **Los bienes no duraderos** son bienes tangibles que se consumen por lo general en una o varias veces que se usen. Ejemplos de ello son la cerveza, el jabón y la sal.
- **Los bienes duraderos** son bienes tangibles que suelen sobrevivir al uso. Los ejemplos incluyen refrigeradores, maquinas herramientas y ropa. Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta.
- **Bienes de consumo**, los bienes de consumo son los que compran los consumidores definitivos para su propio consumo

Ciclo de vida de un producto:

- En semejanza con el ser humano, los productos pasan por un ciclo de vida: crecen (en ventas), luego declinan (envejecen) y con el tiempo terminan por ser reemplazados. En el ciclo de vida del producto desde su nacimiento hasta su muerte este se divide generalmente en cuatro etapas fundamentales: introducción, crecimiento,



madurez y declinación.



Para cada etapa del producto es necesario aplicar estrategias que permitan mantener el producto y que no deba declinar a temprana edad y se acorte el ciclo de vida del mismo.

Etapas del Producto	Estrategias
Etapa de Inducción	ALTA PENETRACIÓN. Precio elevado del producto y alta promoción. PENETRACIÓN SELECTIVA. Precio elevado y escasa promoción. PENETRACIÓN AMBICIOSA. Bajo precio en el producto y fuerte promoción. BAJA PENETRACIÓN. Bajo precio y baja promoción.
Etapa de Crecimiento	Mejora de la calidad. Búsqueda de nuevos sectores del mercado. Nuevos canales de distribución. Aumento de la publicidad. Determinar cuándo se puede modificar el precio
Etapa de Madurez	MODIFICACIÓN DEL MERCADO: <ul style="list-style-type: none"> • Buscar y estudiar nuevos consumidores. • Nuevas formas para estimular el uso del producto. • Renovación de la marca. MODIFICACIÓN DEL PRODUCTO: <ul style="list-style-type: none"> • Relanzamiento del producto. • Combinar las características del producto para atraer a más consumidores. MODIFICAR LA COMBINACION DE MERCADOTECNIA. <ul style="list-style-type: none"> • Modificar: Precio, Producto, Plaza, Promoción.



Etapa de Declinación	<p>ESTRATEGIAS DE CONTINUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar con los mismos canales, sectores del mercado, precios y promoción. <p>ESTRATEGIAS DE CONCENTRACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destinar los recursos exclusivamente en los mercados y canales más fuertes, desistiendo en los demás. <p>ESTRATEGIAS DE APROVECHAMIENTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se aprovecha hasta el último momento, la imagen, la marca de la empresa, modificando o adicionando algo nuevo al producto. • Reducción de los gastos promocionales.
-----------------------------	---

En la elaboración del proyecto es fundamental que se establezca una descripción total del producto o servicio con la respectiva imagen o foto y se establezcan de forma general las estrategias que se van a aplicar, considerando que el proyecto se encuentra en la etapa inicial o de inducción.

Ejemplo:

El servicio que entrega la Escuela de Fútbol Formativa Especializada ESPUCE, es el aprendizaje del fútbol, por lo tanto, la planificación de las clases de fútbol a impartir se basa en la metodología de enseñanza, la misma que está basada en el juego, en la aplicación de situaciones en la que tanto los niños, como las niñas disfruten de la práctica deportiva y puedan enfrentar condiciones de juego reales.

Para brindar el servicio, cuenta con un **proceso fundamental** que es:

- Inscripción del deportista, cancela el valor de inscripción (se cobra el valor del uniforme) y la mensualidad, luego se llena la ficha de inscripción del deportista.
- Se analiza la planilla y se revisa las afectaciones de salud que pueda tener el deportista, de ser necesario se emite una orden para revisión médica (hasta conseguir un aliado estratégico que las realice como parte de un auspicio).
- Se les entrega el reglamento de la Escuela de Fútbol Formativa, con




los días y horarios de entrenamiento.

- Se llevará la ficha de rendimiento del deportista.
- Cada mes se evaluará el rendimiento a través de las distintas actividades planificadas para ello y se retroalimentará a los padres de familia.

Se trabajará a través de la metodología aprender jugando, y la categoría de 14 a 18 que se mantiene la metodología de aprender jugando y se empieza el trabajo técnico, táctico y físico.

Se especifica el Plan de entrenamiento que se va a aplicar:

		FORMACIÓN AEROBICA 60%												FORMACIÓN ANAEROBICA 40%											
		SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			ENERO			FEBRERO					
		2880												5760											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3		
ZONAS SE ENTRENAMIENTO	MESOCICLOS	O	O	O	R	O	O	CH	R	O	O	O	R	O	CH	R	O	M	O	R	C	C	C		
CALENTAMIENTO/REGENERACION	30%	45	60	60		75	90	60		60	75	90	75	60	90	75	90	75			90	90	90		
UMBRAL AEROBICO	5%	60	60	90		60	30	90		60	60	60	90	60	30	90	60	30			15	15	15		
UMBRAL ANAEROBICO	15%		15				15				15			15			15				15				
VO2 MAXIMO	10%			60										60											
PRODUCCION DE LACTATO	5%		30				30				30				30										
TOLERANCIA AL LACTATO	10%		15				15				15				15			15							
RITMO PRUEBA	15%	90	90	90		90	90	90		90	90	90	90	90	90	90	90	90			90	90	90		
ANAEROBICO ALACTICO	10%	15	15	15		15	15	15		15	15	15	15	15	15	15	15	15			15	15	15		
VOLUMEN	100%	210	285	315		255	270	270		225	285	270	285	270	285	300	225			225	210	210			

PROGRAMA SEMANAL GENERAL DE ENTRENAMIENTO						
CLUB:	Escuela Formativa Especializada ESPUCE					
ENTRENADORA:	DT. Karla Rivadeneira					
CATEGORÍA:	14 a 18 años					
TIEMPO:	16:00 a 17:30					
OBJETIVO:	Mejorar la técnica, el trabajo físico, a través de fútbol reducido y juegos, generando una mejora en las condiciones deportivas y personales por el estado emocional, conductual y fomentar el respeto, el trabajo en equipo y disciplina.					
	TÉCNICA	TÁCTICA	FÍSICO	MENTAL	MATERIALES	
LUNES	Trabajo de mejora el golpeo con pies y cabeza	Trabajo grupal de juegos como rondos o toritos, juegos de 2 vs 2	Juegos de coordinación y velocidad a través del juego	Concentración, Motivación	Balones, pito, cronómetro, conos, platos, escalera de coordinación	
MIÉRCOLES	Control orientado y giros alternando piernas	Trabajo en grupos de ataque y defensa con cambios de lado orientados en base al control del balón	Potencia y velocidad a través de juegos y competencia por grupos	Motivación Compañerismo	Balones, pito, cronómetro, conos, platos, arcos	
VIERNES	Trabajo de pases en corta y larga distancia Conducción de balón y tiros al arco	División de cancha por carriles para trabajar pases y avances en bloque. Partidos de fútbol aplicando lo trabajado en la semana	Resistencia, juegos de coordinación y flexibilidad	Paciencia Disciplina	Balones, pito, cronómetro, conos, platos, arcos	



b) **Precio**

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros elementos producen costos. El precio es uno de los elementos más flexibles ya que se puede modificar rápidamente a diferencia de las características de los productos.

Para fijar el precio correcto de un producto se debe seguir un proceso de cuatro pasos:

- Establecer metas de fijación de precios
- Estimar costos, la demanda y las utilidades
- Elegir una estrategia de precios para ayudar a determinar un precio base.
- Afinar el precio con bases tácticas de fijación de precios

Una forma más recurrente de aplicar el precio del producto o servicio es de acuerdo al método por precio de mercado, es decir, luego de un análisis del precio establecido por la competencia y lo que la gente está dispuesta a pagar.

Ejemplo:

Se analizan las escuelas de fútbol ubicadas en el Valle de los Chillos que tienen los siguientes precios:

Escuela de fútbol del IDV	\$30 mensual
Escuela de fútbol LDU	\$25 mensual
Escuela de Fútbol Ñañas	\$35 mensual

Precio = precio promedio de mercado

Precio = \$30 mensual



A este precio se le debe considerar los costos + % de utilidad, por lo tanto, se puede establecer un comparativo y determinar el precio acorde a la realidad, a la competencia y a la posibilidad de cubrir gastos y obtener utilidad.

Algunas estrategias que se pueden aplicar pueden ser:

- Estrategia de precios fijos o variables: Un precio fijo supone que el producto se vende al mismo precio y con las mismas condiciones de venta a todos los clientes.
- Descuentos por cantidad.
- Descuento por pago al contado

El establecimiento de políticas es fundamental como el no fiar, o manteniendo el caso del ejemplo, se cobra previo a la entrega del servicio de enseñanza de fútbol, se cobra cada 5 del mes para que todos tengan la posibilidad de pagar a tiempo con los sueldos de fin de mes.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 4

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿Las herramientas de análisis situacional permiten evaluar la situación interna y externa de la empresa?

Respuesta: _____

2. ¿El modelo FODA analiza el entorno interno y externo?

Respuesta: _____

3. ¿Qué tipos de herramientas de análisis situacional utilizadas en las organizaciones?

- a. El modelo de las cinco fuerzas de Porter
- b. Estrategias de Precio
- c. Marketing mix
- d. Ninguna las anteriores

4. ¿Una debilidad se establece por factores externos?

Respuesta: _____

5. ¿Qué variables componen el FODA?

- a. Debilidad
- b. Amenaza
- c. Oportunidades
- d. Todas las anteriores



6. ¿Producto es cualquier cosa que se pueda ofrecer al mercado?

Respuesta: _____

7. ¿Cuáles son los componentes del mix de marketing?:

- a. 4 P's
- b. 3P's
- c. 5C
- d. Ninguna de las anteriores

8. ¿Cuál es un componente del ciclo de vida de un producto?

- a. Estrategias
- b. Introducción
- c. Distribución
- d. Ninguna de las anteriores

9. ¿Una estrategia para establecer el precio es el promedio de mercado?

Respuesta: _____

10. ¿En la etapa de madurez se puede modificar el producto?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 4 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 5

MARKETING MIX



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Diseña y elabora la Gestión del Marketing

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante diseñar y elaborar de forma adecuada las estrategias de marketing mix, dando vida al servicio o producto que va a ofrecer a través de su proyecto deportivo.



CONTENIDOS

SEMANA 5

1. Análisis y aplicación de la gestión del Marketing (plaza y promoción)

Continuando con el marketing mix y toda vez que analizamos en la unidad anterior el precio y el producto, en esta unidad entraremos en el análisis de la plaza o distribución y la promoción.

a) **Plaza**

Plaza o los Canales de Distribución son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos; es decir, son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toman; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes de este: fabricante, intermediario y consumidor.

Canal	Recorrido			
Directo	Fabricante	-----→		Consumidor
Corto	Fabricante	-----→	Detallista →	Consumidor
Largo	Fabricante	-----→	Mayorista → Detallista →	Consumidor
Doble	Fabricante	→ Agente exclusivo	→ Mayorista → Detallista →	Consumidor

En el ejemplo que manejamos durante la elaboración del proyecto, el canal de distribución es directo, ya que es un servicio de enseñanza de fútbol que se entrega directo al niño que tiene la necesidad y los deseos de aprender a jugar.

Igualmente, es importante establecer en este punto, el lugar, la



dirección, poner mapa y foto de ser posible del lugar donde se venderá el producto o servicio, como los horarios de atención.

Ejemplo:

Estadio La Moya, de la Liga Parroquial de Conocoto, esta Parroquia está en el Valle de Los Chillos por la Autopista General Rumiñahui, ingresando por el puente 8, el acceso desde Sangolquí o desde Quito, es de fácil acceso, cuenta con línea de bus que pasan a dos cuadras del estadio, el mismo que está ubicado junto al Parque con el mismo nombre.

El Estadio cuenta con camerinos, baños y el césped debe ser cortado como parte del pago del arriendo para poder usar la cancha.



Horarios:

Masculino y femenino

- **12 a 13 años** MARTES Y JUEVES 16:00 A 17:30.
- **14 a 17 años** LUNES-MIÉRCOLES-VIERNES DE 16:00 A 17:30.

NOTA: La formación de grupos se ha realizado de acuerdo con las características personales y posibilidades de los alumnos, para conseguir equipos homogéneos.



a) **Promoción**

La promoción se la puede establecer como la manera en la que damos a conocer el producto o servicio; es decir, el conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo, con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencias o sentimientos, a favor de la empresa.

Para la promoción se debe desarrollar una estrategia de relaciones, es decir, adquirir una mentalidad ganadora.

Desarrollar una estrategia hacia el cliente, como comprender el comportamiento del consumidor, entender y descubrir necesidades en los clientes.

Para posicionar el producto o marca se debe establecer una marca que sea representativa a través de un logo con colores que los identifique y sea único para poder patentarlo; adicional a esto se debe generar un producto o servicio diferenciador del resto, con características muy propias y que agreguen valor al cliente.

En este punto se puede establecer la parte de la publicidad, manejo de redes sociales, y otras formas de hacer publicidad y promoción para dar a conocer el producto o servicio.

En la actualidad los medios más utilizados son las redes sociales, logrando posicionar marcas a través de Facebook, Instagram y Tik Tok.

Se debe especificar la red social, la página web o blog o el medio digital o impreso con el que se cuente para su proyecto.



Ejemplo:



La promoción por redes sociales, se la realiza de preferencia los días miércoles, viernes y sábado, a partir de las 20:00 que es el horario en el que los padres de familia acceden a sus redes sociales y son el principal objetivo de enfoque de la publicidad.

- Una estrategia aplicable para la promoción es que el primer mes ingresan uno y el segundo es con el 50% de descuento.
- Ofrecerles partidos amistosos cada 15 días

Así mismo, es un aspecto fundamental en la actualidad, en el apartado de promoción establecer alianzas estratégicas o auspicios que beneficien al proyecto que se está elaborando, de tener alianzas o auspicios, es importante que la describan en este punto.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 5

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿Plaza son los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor?

Respuesta: _____

2. ¿El canal de distribución implica todos los componentes como fabricante, intermediario y consumidor?

Respuesta: _____

3. ¿La promoción es la forma como elaboramos el producto?

Respuesta: _____

4. ¿Una de las formas de hacer promoción es el uso de las redes sociales?

Respuesta: _____

5. ¿En la plaza se debe detallar la dirección del lugar de entrega de servicio o producto?

Respuesta: _____

6. ¿Los auspicios forman parte del mix de marketing?

Respuesta: _____



7. ¿La promoción también requiere de estrategias para posicionar el producto o servicio?

Respuesta: _____

8. ¿Se requiere de una marca o logo específico del producto?

Respuesta: _____

9. ¿Comprender el comportamiento del consumidor es malo para la empresa?

Respuesta: _____

10. ¿Se puede tener más de una red social para promocionar el producto o servicio?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 5 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 6

EL ESTUDIO FINANCIERO



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Determina costos, ingresos y establece el punto de equilibrio.

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante efectuar el detalle de análisis financiero, considerando el establecer primordialmente el punto de equilibrio del proyecto.



CONTENIDOS

SEMANA 6

1. Estudio Financiero

En el estudio financiero es fundamental detallar y especificar todos los recursos que se van a utilizar en la elaboración del proyecto previo al establecimiento de costos, ingresos, cantidades, etc.

a) *Recurso Humano*


Se establece el perfil de la persona que va a estar a cargo del proyecto o entregando el servicio o producto, si es usted, igualmente establezca un perfil de puesto por competencias como se detalla en el siguiente ejemplo y fundamental colocar su hoja de vida.

PERFIL DE COMPETENCIAS DEL ENTRENADOR DE FÚTBOL

EDUCACIÓN FORMAL:	Título de Tercer Nivel en Lic. En Educación Física Entrenador de Fútbol Entrenamiento Deportivo	IDIOMA: español
CAPACITACIÓN	CONOCIMIENTOS ESPECIALES:	PROGRAMAS INFORMÁTICOS:
Trabajo en equipo	Metodología del entrenamiento	Excel
Preparación física	Masaje Deportivo	Programas de Planificación deportiva
Liderazgo en el deporte	Primeros Auxilios	Programas de video análisis
Planificación deportiva		
HABILIDADES Y DESTREZAS		
COMPETENCIAS TÉCNICAS	HABILIDADES HUMANAS	
Visión de ganador	Liderazgo	
Análisis de rivales	Toma de decisiones sin influencias	
Dominio de Conocimientos	Confianza	
<u>Scouting</u>	Competitivo	
Entrenamientos dinámicos	Diálogo	
	Uso adecuado de vocabulario	
	Fiel al estilo	



Bajo este contexto, es importante señalar que la Entrenadora de la Escuela de Fútbol es la Magister Karla Rivadeneira, quien cuenta con la siguiente hoja de vida.



MEDIOS DE CONTACTO

Dirección: Calle Ascázubi y calle N4, Parroquia Conocoto, Conjunto Marina del Valle

karla_riva60@hotmail.com

karlarivadeneira

Karla Rivadeneira

0992714168

RESUMEN DE HABILIDADES

- Liderazgo
- Comunicación frecuente
- Planificación del tiempo
- Trabajo por resultados
- Trabajo en equipo

RECONOCIMIENTOS OTORGADOS

Vice campeona del Campeonato Provincial de Fútbol Sala 2021

KARLA RIVADENEIRA

ENTRENADORA CLUB ESPUCE

EXPERIENCIA DEPORTIVA

Jugadora Profesional de Fútbol de Campo volante de contención y defensa central, Jugadora Profesional de Fútbol Sala, 11 años integrante del Club ESPUCE, seleccionada del Ecuador en Fútbol Sala 2005-2007. Vice campeona Sudamericana Fútbol Sala 2005, Copa Libertadores año 2015 con el Club ESPUCE, Campeona Nacional de Fútbol Sala y de Campo representando a Pichincha.

EXPERIENCIA LABORAL

Directora Técnica de Fútbol Sala

Año | 2021

- Desarrollar la confianza entre las jugadoras, ya que propiciará una mejor disposición ante las competiciones (la unión y la cooperación son esenciales para que un equipo sea fuerte y cohesionado).
- Enseñar a afrontar el fracaso en un partido, transmitir el valor de la perseverancia y la auto superación. No sólo entrenar para ganar, sino que también hay que "saber perder".
- Optimizar la toma de decisiones dentro de la cancha (aprender a decidir a quién pasar el balón o hacia dónde dirigirlo en un pase, tiro o penalti) y hacer frente a situaciones adversas o imprevistas. Todo ello contribuyó a la madurez de las jugadoras.

Entrenadora de Categorías Formativas ESPUCE

Año | 2016-2018

- Desarrollar la capacidad, la técnica y el rendimiento de los deportistas en la categoría formativa.
- Enseñar a los deportistas cómo mejorar las habilidades que necesitan para tener éxito en su deporte elegido, instruir sobre los detalles de la técnica y las estrategias del juego.
- Supervisar y facilitar las sesiones de entrenamiento, planificadas y programas para los grupos de entrenamiento.
- Responsable de la orientación de las atletas en el campo de juego.





EDUCACIÓN

Escuela de Entrenadores de Fútbol César Luis Menotti, Buenos Aires
Año | 2020 hasta la Actualidad

- Licencia de Entrenadora de Fútbol Sala y Campo

Universidad Estatal Península de Santa E Libertad
Año | 2021 hasta la Actualidad

- Maestría en Entrenamiento Deportivo.



De esta manera se establece el perfil del profesional para trabajar en el proyecto que vamos a crear.

b) **Recursos Materiales**

En este apartado se detalla todos los materiales que se requieren para dar inicio al proyecto, se ponen desde los equipos y muebles de oficina, como los materiales con los que se elabora el producto o servicio.

Por ejemplo:

Imagen	Descripción
	Balones
	Chalecos
	Conos
	Micro vallas
	Picas
	Arcos Presición Puntas
	Cinturón de resistencia fijo



c) **Presupuesto**

- **Ingresos**

Se presenta la tabla que la puede realizar en excel, con todos los ingresos establecidos por precio, por auspicios de ser el caso, etc.

**PRESUPUESTO DE INGRESOS 2021
PERÍODO AGOSTO**

UNIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
	MENSUALIDADES			\$1,200.00
40	Mensualidades	\$30.00	\$1,200.00	
	INSCRIPCIÓN			\$625.00
25	Inscripción por una sola ocasión	\$25.00	\$625.00	
	Auspicios			\$250.00
1	AKKON (Implementos deportivos)	\$250.00	\$250.00	
	TOTAL PRESUPUESTO DE INGRESO ESCUELA DE FÚTBOL ESPUCE			\$2,075.00

- **Egresos:**

De la misma manera, los egresos se detallan en un cuadro en excel, y para el caso del ejemplo: en el rubro de los egresos, se consideró los gastos administrativos y los gastos de ventas (que es el valor que se debe considerar en los materiales y objetos que se presentan al momento de entregar el servicio).



**PRESUPUESTO DE GASTOS 2021
PERÍODO AGOSTO**

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Uniformes				\$600.00
40	Principales	\$15.00	\$600.00	
Chalecos				\$120.00
24	2 Juegos de 12 Chalecos	\$5.00	\$120.00	
Materiales de entrenamiento				\$523.50
10	Balones de fútbol #5	\$25.00	\$250.00	
15	Conos	\$2.50	\$37.50	
25	Platos	\$1.00	\$25.00	
15	Ula Ula	\$0.60	\$9.00	
1	Escalera de coordinación	\$25.00	\$25.00	
1	Paracaídas de resistencia	\$10.00	\$10.00	
1	Red porta balones	\$15.00	\$15.00	
10	Bandas Elásticas (juego de 5 colores)	\$3.00	\$30.00	
10	Mini vallas	\$10.00	\$100.00	
1	Cronómetro	\$15.00	\$15.00	
1	Silbato	\$7.00	\$7.00	
Gastos Administrativos				\$742.50
1	Sueldo mensual	\$600.00	\$600.00	
1	Arriendo cancha	\$60.00	\$60.00	
1	Pago de servicios básicos (agua)	\$10.00	\$10.00	
50	Impresiones (reglamento interno, ficha de jugadores, plan nutricional, convenio con fisioterapia)	\$0.25	\$12.50	
30	Carpetas de la Escuela	\$2.00	\$60.00	
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTO ESCUELA DE FÚTBOL ESPUCE				\$1,986.00

- Punto de Equilibrio:

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales.

El punto de equilibrio se calculó con la siguiente fórmula:

$$Q_e = \frac{C_f}{(P_{vu} - C_{vu})}$$



En donde:

Costos fijos totales: Son los gastos fijos de la Empresa (Sueldo, arriendo)

Costos Variables: pago del servicio básico

Precio unitario de venta: \$30

Con lo que el Punto de equilibrio es de 33, es decir no puedo tener menos de 33 deportistas porque no generaré ganancias ni pérdidas en ese punto.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 6

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. El perfil de competencias del entrenador debe tener:

- a. Habilidades y destrezas
- b. Capacitación
- c. Competencias técnicas
- d. Todas las anteriores

2. ¿Los auspicios debe ser considerados en el cuadro de ingresos?

Respuesta: _____

3. ¿Para establecer el punto de equilibrio se requiere de?

- a. Precio unitario de venta
- b. Costos variables
- c. Costos fijos totales
- d. Todas las anteriores

4. ¿Qué determina el punto de equilibrio?

Respuesta: _____

5. ¿Los gastos administrativos se detallan en el cuadro de presupuestos?:

Respuesta: _____



6. ¿Cuándo se inicia un proyecto, se debe considerar hasta el mínimo gasto en el presupuesto?

Respuesta: _____

7. ¿Se debe realizar un perfil de puesto para cada cargo del organigrama organizacional?

Respuesta: _____

8. ¿No es necesario generar un cuadro de ingresos y egresos cuando se inicia la empresa?

Respuesta: _____

9. ¿El cuadro de ingresos y gastos se realiza con periodicidad anual?

Respuesta: _____

10. ¿Los costos unitarios permiten generar el punto de equilibrio ?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 6 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 7

NORMATIVA LEGAL



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Comprende y analiza la normativa legal para elaborar proyectos

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante establecer de forma adecuada la normativa aplicable para la creación del proyecto.



CONTENIDOS

SEMANA 7

1. Normativa Legal de un proyecto

El aspecto legal nos brindará información sustentable sobre las normas y leyes que regulan las actividades a realizar en el mismo, por lo tanto, es fundamental, conocer que norma ampara o regula el proyecto que se está creando.

A continuación, se detallan los principales aspectos a llevar a cabo:

- **Constitución Legal:** Permite a nuestro proyecto estar representado legalmente, pudiendo realizar las actividades correspondientes con responsabilidad y sin restricciones.
- **Régimen Tributario:** Se debe tener en cuenta las legislaciones impositivas vigentes, las implicancias tributarias que provoca la ejecución del proyecto y los impuestos a abarcar (Nacionales, Provinciales y Municipales).
- **Licencias y Autorizaciones:** Refiere a los permisos necesarios para la ejecución y funcionamiento del proyecto, considerando las características naturales del mismo, como su ubicación de operatividad, actividades, etc.
- **Patentes y Marcas:** Protegen las inversiones del proyecto, transformándolas en intangibles con el fin de garantizar el derecho de propiedad.

Así mismo, cuando se generen convenios, estos deben estar descritos en este apartado.

Por lo tanto, en el ejemplo que hemos venido manejando, la normativa que regula, ampara y sobre la cual se crea el proyecto de la Escuela de fútbol es:



- Constitución de la República del Ecuador
- Ley del Deporte
- Código de Trabajo (contratación de personal)
- Objetivos ODS (la implementación de la Escuela de fútbol, está en base al cumplimiento del objetivo #3 de salud y bienestar, y al cumplimiento del objetivo #5 respecto a la igualdad de género)
- Reglamento Interno de la Escuela de Fútbol
- Convenio con el Club Formativo Especializado ESPUCE (Utilización del nombre y escudo, para promocionar y participar activamente con la Escuela de fútbol en torneos nacionales o internacionales.
- Convenio con la Liga Parroquial Conocoto (cuidado de las instalaciones)
- Convenio con Kinec Fisioterapia (cuidado del deportista)

2. Análisis del tipo de Sociedades

Un aspecto fundamental para considerar en este apartado es el tipo de sociedades, conocer esto, nos permitirá crear la empresa con fundamentos normativos, y establecer cual de las sociedades es adecuada para giro del negocio y para la cantidad de socios que espero implementar.

La Ley de Compañías del Ecuador reconoce 5 tipos diferentes de compañías que pueden establecerse en el país. Cada una de ellas tiene un propósito distinto y satisface diferentes objetivos. Por lo tanto, es muy importante que las empresas consideren adecuadamente cada estructura y los beneficios relevantes que proporcionan.

- **La Compañía en nombre colectivo**

Se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social.

Las personas jurídicas no pueden asociarse a esta especie de compañía.

Únicamente los nombres de los socios pueden formar parte de la



razón social, puesto que de ahí se deriva su fórmula enunciativa, sea de todos los socios o de alguno de ellos, más las palabras “y Compañía”.

No admite suscripción pública de capital. El capital no está dividido en acciones. Sus aportes al capital no están representados por títulos negociables.

Para su constitución es necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. La ley no establece un monto mínimo o máximo para la suscripción del capital; además los socios pueden aportar al capital: dinero, bienes muebles, inmuebles e industriales.

- **La Compañía en comandita simple y dividida por acciones**

Existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios.

Coexisten diferentes socios con distinto grado de responsabilidad, siendo unos solidaria e ilimitadamente responsables (comanditados) y otro u otros simples suministradores de fondos, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes (comanditarios).

La razón social será el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará las palabras “Compañía en Comandita”.

En esta sociedad al igual que en la Comandita Simple, concurren dos tipos de socios con estatuto jurídico diferente: comanditados y comanditarios.

Existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios responsables, seguidos de las palabras “Compañía en Comandita” o su abreviatura.

Su capital se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual.

El monto actual mínimo del capital es de ochenta dólares de los Estados Unidos de América.

La décima parte del capital social por lo menos debe ser aporta-



da por los socios solidariamente responsables, a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

- **La Compañía de Responsabilidad Limitada**

Se contrae entre dos o más personas, las que responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o “CIA. LTDA.”

No podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Sus socios solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus participaciones individuales.

Esta compañía se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América (\$ 400.00 USD)

El capital deberá suscribirse íntegramente al momento de la suscripción de la compañía y deberá pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación.

- **La Compañía Anónima**

No podrá subsistir con menos de dos accionistas. No existe definido un número máximo de accionistas.

Su denominación deberá contener la indicación de “Compañía Anónima” o “Sociedad Anónima” o sus correspondientes siglas: C.A. o S.A.

Se constituirá mediante escritura pública, que previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, momento a partir del cual se la tendrá como existente y con personería jurídica.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América (\$ 800.00 USD).



No podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital y pagado, por lo menos, en una cuarta parte.

El capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

- **La Compañía de Economía Mixta**

Para la constitución de estas sociedades, es indispensable que se asocien personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semipúblicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado.

El Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales y las entidades u organismos del sector público podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta sociedad.

Las entidades participantes deberán suscribir su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, o mediante la concesión de prestación de un servicio público por cierto lapso de tiempo.

En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluripersonal denominado directorio.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 7

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿Normativa legal es un sustento legal para el proyecto que se está creando?

Respuesta: _____

2. ¿Las patentes y marcas son importantes dentro de la Normativa?

Respuesta: _____

3. ¿Qué aspectos se consideran importantes en la normativa legal?

- a. La Constitución de la República del Ecuador
- b. Acta de nacimiento del socio
- c. Bancos
- d. Ninguna de las anteriores

4. ¿El régimen tributario es de aplicación estricta al igual que la Constitución en la Normativa?

Respuesta: _____

5. ¿Al ser empresas deportivas que otra normativa es necesaria cumplir?

- a. LOSEP
- b. Ley del Deporte
- c. LOES
- d. Ninguna de las anteriores



6. ¿Cuántos tipos de sociedades existen en el Ecuador?

Respuesta: _____

7. ¿La Compañía en Comandita Simple debe llevar en su razón social Sociedad Anónima?:

Respuesta: _____

8. ¿La Compañía en nombre colectivo admite suscripción pública de capital?

Respuesta: _____

9. ¿La Compañía de Responsabilidad Limitada se suscribe con un capital mínimo de \$400?

Respuesta: _____

10. ¿La Compañía Anónima se puede estructurar con un socio?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 7 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



UNIDAD 8

EVALUACIÓN DEL PROYECTO



RESULTADO DE APRENDIZAJE

Evalúa correctamente el proyecto elaborado.

CONTEXTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta unidad posibilitará al estudiante conocer y establecer de forma adecuada la evaluación de proyecto efectuado.



CONTENIDOS

SEMANA 8

1. Evaluación del proyecto (conceptualizaciones)

Se entiende por evaluación el proceso de recolectar y analizar datos con el fin de poder tomar decisiones acerca de un proyecto o programa.

El objetivo es determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para que se lo lleve a cabo.

Se lo considera también como un proceso de valoración en el cual se analizan todos los elementos que intervienen en el proyecto con el fin de determinar su viabilidad y eficacia, calcular los posibles riesgos y determinar las respuestas.

La importancia de la evaluación de proyectos radica en que supone implementar un seguimiento y control que permita establecer una comparación para poder determinar y medir la evolución del proyecto, detectar desviaciones y necesidades y establecer las medidas de mejora necesarias a lo largo del proceso.

Existen varios métodos para evaluar los proyectos como son: auditorías, las reuniones de estado, el seguimiento de presupuesto, los grupos de enfoque, las entrevistas, el control de plazos, etc.

- **Los Indicadores:**

Los indicadores de desempeño de proyectos son una medida de información que permite saber cómo está funcionando dicho proyecto. O sea, que la función de los indicadores de desempeño es evaluar su desarrollo

- Indicadores de diagnóstico: se trata de aquellos que permiten comparar la situación actual, real, del proyecto, con la planificada para



así poder detectar desviaciones y fallos.

- **Indicadores retrospectivos:** hablamos de los indicadores que recopilan información sobre qué se ha logrado del proyecto hasta la fecha para poner en valor lo conseguido.
- **Indicadores de predicción:** nos referimos a aquellos que, tomando en consideración la situación actual del proyecto y los datos de cómo se ha ido desarrollando, sirven para anticipar posibles problemas futuros.



AUTOEVALUACIÓN UNIDAD 8

Escoja la respuesta correcta o responda con verdadero o falso de acuerdo con la pregunta que se realiza.

1. ¿Evaluar es recolectar y analizar datos para tomar decisiones sobre el proyecto?

Respuesta: _____

2. ¿El objetivo de evaluar un proyecto es determinar si se puede llevar a cabo?

Respuesta: _____

3. ¿La evaluación del proyecto se considera un proceso de análisis de todos los elementos que intervienen?

Respuesta: _____

4. ¿Con la Evaluación se busca generar un seguimiento y control?

Respuesta: _____

5. ¿El seguimiento al presupuesto es una forma de evaluar un proyecto?

Respuesta: _____

6. ¿Si se hace seguimiento y evaluación de proyectos no se puede hacer mejores en el proceso?

Respuesta: _____



7. La función del indicador de diagnóstico es recopilar información de lo que se ha logrado del proyecto:

Respuesta: _____

8. ¿Los indicadores de predicción sirven para anticipar problemas futuros?

Respuesta: _____

9. ¿Los indicadores retrospectivos recopilan información sobre lo que se ha logrado del proyecto y poner en valor lo conseguido?

Respuesta: _____

10. ¿Los grupos de enfoque nos permite evaluar un proyecto?:

Respuesta: _____

Luego de haber realizado esta autoevaluación, vaya al solucionario 8 que consta en las páginas finales de esta guía para comprobar; si ha obtenido del 70 al 100% de las respuestas; estamos por buen camino, si no es así, sigamos leyendo y aprendiendo con talento y entusiasmo.



SOLUCIONARIOS DE AUTOEVALUACIONES

Solucionario Unidad 1	
1	Verdadero
2	b
3	falso
4	a
5	Verdadero
6	falso
7	c
8	falso
9	Verdadero
10	a

Solucionario Unidad 2	
1	falso
2	Verdadero
3	a
4	a
5	Internacional, Nacional, Local
6	Verdadero
7	c
8	Verdadero
9	falso
10	Verdadero

Solucionario Unidad 3	
1	Verdadero
2	Verdadero
3	d
4	Verdadero
5	d
6	Falso
7	d
8	a
9	Verdadero
10	Verdadero

Solucionario Unidad 4	
1	Verdadero
2	Verdadero
3	a
4	Falso
5	d
6	Verdadero
7	a
8	b
9	Verdadero
10	Verdadero



Solucionario Unidad 5	
1	Verdadero
2	Verdadero
3	Falso
4	Verdadero
5	Verdadero
6	Verdadero
7	Verdadero
8	Verdadero
9	Falso
10	Verdadero

Solucionario Unidad 6	
1	d
2	Verdadero
3	d
4	no se pierde ni se gana
5	Verdadero
6	Verdadero
7	Verdadero
8	Falso
9	Verdadero
10	Verdadero

Solucionario Unidad 7	
1	Verdadero
2	Verdadero
3	a
4	Verdadero
5	b
6	5
7	Falso
8	Falso
9	Verdadero
10	Falso

Solucionario Unidad 8	
1	Verdadero
2	Verdadero
3	Verdadero
4	Verdadero
5	Verdadero
6	Falso
7	Falso
8	Verdadero
9	Verdadero
10	Verdadero



BIBLIOGRAFÍA

Buzzi, G. (2023). *Las 4 herramientas de análisis estratégico que toda empresa debe utilizar*. LinkedIn.Com. <https://es.linkedin.com/pulse/las-4-herramientas-de-análisis-estratégico-que-toda-empresa-buzzi>

Pérez, A. (2022). El proyecto. *OBS Business School*, 6. <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica#:~:text=El término proyecto hace referencia,fin determinado%2C unos objetivos concretos.>

Quintal, P. (2022). Lluvia de ideas. *Tiendanube.Com*, 17. <https://www.tiendanube.com/mx/blog/lluvia-de-ideas/>

Sordo, A. I. (2021). *Estructura organizacional.pdf*. Blog.Hubspot.Es. <https://blog.hubspot.es/marketing/diagrama-organizacional>





FORMATO DE REVISIÓN DE GUÍAS GENERAL DE ESTUDIOS POR PARES ACADÉMICOS
(MODALIDAD A DISTANCIA)

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA GENERAL DE ESTUDIOS		
TÍTULO DE LA GUÍA GENERAL DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA: ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTO DEPORTIVO	FECHA DE ENTREGA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA: 31/8/2023 LA REVISIÓN REALIZADA: 17/10/2023	
2. DATOS DEL PAR ACADÉMICO (Los siguientes datos deben ser suministrados por el para académico y son de carácter obligatorio)		
NOMBRE Y APELLIDOS: Freddy Martín Moreno Caza	DIRECCIÓN: Av. Buenos Aires OE1-16 y Av. 10 de agosto	TELÉFONOS: 0984100908
CORREO ELECTRÓNICO: fmoreno@tecnologicopichincha.edu.ec	CIUDAD: Quito	PAÍS: Ecuador
CARGO: Docente servicios profesionales	INSTITUCIÓN: Instituto Universitario Pichincha	ÁREAS DE INTERÉS: Educación Física, Deportes de Contacto.
ÚLTIMO TÍTULO ACADÉMICO OBTENIDO: Cuarto Nivel: Magister en Recreación y Tiempo Libre, Universidad de las Fuerzas Armadas	Nº. DE IDENTIFICACIÓN/ PASAPORTE: 1710325919	

I. INSTRUCCIONES

1. Por favor responda **todas** las preguntas de este formulario.
2. Diligencie el formulario en computador.
3. **No modifique o altere las preguntas u opciones de este formulario.** La estructura de esta evaluación está planificada y responde a las políticas de publicación de las Guías General de Estudios de la MED.
4. Una vez finalice su diligenciamiento, debe devolverlo firmado vía e-mail a la persona que lo contactó.
5. Sea claro y preciso en sus respuestas.
Matriz - Quito
Dir.: Buenos Aires OE1-16 y Av. 10 de Agosto
(02) 2 238 291
www.tecnologicopichincha.edu.ec



6. Las respuestas del aparte de la fundamentación científica deben ser detalladas.
7. En caso de no poder cumplir con el plazo establecido, por favor informar oportunamente al equipo editorial de la MED.
8. En caso de detectar plagio, citación indebida o cualquier mala práctica, por favor comunicarlo al equipo editorial.

II. La guía de aprendizaje contiene:

ASPECTOS DE ESTILO A REVISAR	SI CUMPLE	NO CUMPLE
Márgenes	OK	
Numeración de páginas	OK	
Jerarquización de títulos	OK	
Tipo de letra	OK	
No existencia de encabezados o pies de páginas	OK	
Viñetas estandarizadas	OK	
Referencias de cuadros / Gráficos	OK	
Portada en acuerdo a Manual de estilo	OK	
Índice	OK	
Estructura de la guía		
4 unidades	OK	
Resultados de aprendizaje	OK	
Autoevaluación por cada unidad	OK	
Recursos de la guía	OK	
Redacción	OK	
Ortografía	OK	
Referencia Bibliográfica Norma APA séptima edición	OK	
Informe anti-plagio	OK	



III. Fundamentación científica

ASPECTOS DE ESTILO A REVISAR	SI CUMPLE	NO CUMPLE
¿Los objetivos del texto están claramente enunciados y sustentados?	OK	
¿Utiliza una metodología adecuada para el desarrollo de los objetivos?	OK	
¿La presentación y argumentación de las ideas es coherente?	OK	
¿El manejo de conceptos, teorías y datos es preciso?	OK	
¿Existe relación entre el título, el problema, los objetivos, el marco teórico o metodológico y las conclusiones?	OK	
¿El tema es pertinente y brinda aportes a su área de conocimiento?	OK	

IV. Presentación de la información

ASPECTOS DE ESTILO A REVISAR	SI CUMPLE	NO CUMPLE
¿El autor utiliza un lenguaje claro y conciso?	OK	
¿Hay coherencia en la presentación y desarrollo de las ideas?	OK	
¿Las partes del trabajo se articulan entre sí y responden a los objetivos planteados?	OK	
¿Utiliza fuentes bibliográficas actualizadas (últimos tres años)?	OK	
¿Es adecuado el manejo del idioma por parte el autor (ortografía, redacción, sintaxis, puntuación)?	OK	
¿El texto se puede considerar original?	OK	

Matriz - Quito

Dir.: Buenos Aires OE1-16 y Av. 10 de Agosto

(02) 2 238 291

www.tecnologicopichincha.edu.ec



V. Recomendaciones

- Publicar sin modificaciones:
- Publicar con modificaciones:
- No publicar:

V. Comentarios adicionales

El trabajo es coherente y reúne los requisitos para su publicación:

FIRMA DEL EVALUADOR

Nombre: Msc. Freddy Martín Moreno Caza
ID: 1708598816



Guía Evaluación de Proyectos

15%
Textos sospechosos



15% Similitudes
0% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Guía Evaluación de Proyectos.docx
ID del documento: a19e64d207429d768ad9a2243d32c3a42a364899
Tamaño del documento original: 3,73 MB

Depositante: PABLO FABIAN CARRERA TOAPANTA
Fecha de depósito: 21/3/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 21/3/2024

Número de palabras: 14.022
Número de caracteres: 91.135

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.dipalme.org https://www.dipalme.org/Servicios/Informacion/Informacion.nsf/7CC054C255E53265C1257FCA002... 1 fuente similar	5%		Palabras idénticas: 5% (709 palabras)
2	procuraduria.utpl.edu.ec Asesoría en Derecho Societario https://procuraduria.utpl.edu.ec/Paginas/asc_dp0l/societario.aspx#:~:text=No admite suscripción pú... 27 fuentes similares	5%		Palabras idénticas: 5% (707 palabras)
3	repositorio.espe.edu.ec https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf 15 fuentes similares	5%		Palabras idénticas: 5% (727 palabras)
4	Documento de otro usuario #16724b El documento proviene de otro grupo 22 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (604 palabras)
5	repositorio.unsm.edu.pe http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/3530/1/ADMINISTRACION - Richard Daniel Andrade... 9 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (537 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #6e71e3 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
2	dmd.unadmexico.mx https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE0/SP/SPT2/MA/descargables/Guia de Proyec...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
3	Documento de otro usuario #7b7255 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
4	companianonima.blogspot.com EJEMPLO DE COMPAÑÍA ANÓNIMA ~ COMPAÑÍA... https://companianonima.blogspot.com/2016/02/ejemplo-de-compania-anonima.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
5	dspace.ucuenca.edu.ec https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1316/3/tcon616.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica#:~:text=El>
- <https://www.tiendanube.com/mx/blog/lluvia-de-ideas/>

TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO
PICHINCHA



Buenos Aires OEI-16 y Av. 10 de Agosto



09123 456 789



(02) 2 238 291



www.tecnologicopichincha.edu.ec



ISBN: 978-9942-672-56-8



9 789942 672568