



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA MOTIVACIÓN DE
TALENTOS DEPORTIVOS EN CAMPEONATOS DE FÚTBOL
7 CLASIFICATORIOS NACIONALES DE CORPORACIÓN
SALCEDO CASTRO

Tesis Previa a optar por el
Grado de Ingeniero en
Administración de Empresas

Autor:

Hugo Andrés Salcedo Castro

Director:

PhD. Oscar Aníbal Gómez Cabrera

LOJA -ECUADOR

2022

*No todos ocupan los
mejores puestos, sino
los más preparados,
aunque no sean genios.*

CERTIFICACIÓN

Loja, 01 de agosto del 2021

Ing. Oscar Gómez Cabrera


DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA

Que la Tesis titulada “PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA MOTIVACIÓN DE TALENTOS DEPORTIVOS EN CAMPEONATOS DE FÚTBOL 7 CLASIFICATORIOS NACIONALES DE CORPORACIÓN SALCEDO CASTRO” realizada por el Sr. Hugo Andrés Salcedo Castro, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con la normativa establecida en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en lo pertinente a la graduación; por ello AUTORIZO su presentación para el proceso de graduación.

Es todo cuanto puedo certificar, para los fines académicos.

OSCAR
ANIBAL
GOMEZ
CABRERA



Firmado digitalmente por OSCAR ANIBAL GOMEZ CABRERA
Número de documento (DN): cn=OSCAR ANIBAL GOMEZ CABRERA,
serialNumber=102621151151,
QUINTAS DE CERTIFICACION DE INFORMACION, s=SECURITY DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2021.08.01 11:07:30 -0500

Ing. Oscar Gómez Cabrea PhD.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Hugo Andrés Salcedo Castro declaro ser autor del presente trabajo de Tesis titulado **“PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA MOTIVACIÓN DE TALENTOS DEPORTIVOS EN CAMPEONATOS DE FÚTBOL 7 CLASIFICATORIOS NACIONALES DE CORPORACIÓN SALCEDO CASTRO”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**HUGO ANDRES
SALCEDO CASTRO**

Autor: Hugo Andrés Salcedo Castro

Cédula: 1104064694

Fecha: 27 de enero del 2022

CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Hugo Andrés Salcedo Castro declaro ser autor de la Tesis titulada “**PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA MOTIVACIÓN DE TALENTOS DEPORTIVOS EN CAMPEONATOS DE FÚTBOL 7 CLASIFICATORIOS NACIONALES DE CORPORACIÓN SALCEDO CASTRO**”, como requisito para optar el grado de Ingeniero en Administración de Empresas; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre el desarrollo intelectual de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional. La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja, a los 27 días el mes de enero del 2022.

Firma:  Firmado electrónicamente por:
**HUGO ANDRES
SALCEDO CASTRO**

Autor: Hugo Andrés Salcedo Castro

Cédula: 1104064694

E-mail: hugo.salcedo@unl.edu.ec

Teléfono: 0967731626

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Óscar Aníbal Gómez Cabrera

Tribunal de grado:

Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva. PhD.

Presidenta del Tribunal

Ing. Max Gabriel Boada Hurtado. MGTR.

Miembro del Tribunal

Ing. Talía Del Rocío Quizhpe Salazar. MAE

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

La presente dedicatoria va dedicada a mis padres y esposa por estar ahí cuando más los necesité, por su ayuda y constante cooperación, por ser mi guía en cada decisión que tomé y hacer de mí una mejor persona.

A mi abuelita que, desde el cielo, ha sido mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida me depara un futuro mejor.

A mis amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome haciendo que este sueño se haga realidad.

Hugo Andrés Salcedo Castro

AGRADECIMIENTO

Primeramente, gracias a Dios por ser mi guía, a mi padre Hugo Noé Salcedo Jaramillo quien ha sido mi ejemplo a seguir, a mi esposa Carolina Patiño Romero quien con su amor me apoya cada día para ser una mejor persona, a mi abuelita Graciela Jaramillo Ortega quien desde el cielo guía mis pasos e inculcó en mí el amor, el respeto, la dedicación y el valor de la humildad para salir adelante.

Agradecer a mis hermanos por ser mis compañeros de vida, así como a toda la familia Salcedo Jaramillo.

Un agradecimiento singular debo al Ing. Oscar Gómez Cabrera, como director de esta Tesis me ha orientado, apoyado y corregido en mi labor científica con un interés y una entrega que han sobrepasado, con mucho, todas las expectativas que como alumno deposite en su persona.

Por último, a todos quienes intervinieron directa e indirecta en la realización de la misma.

Hugo Andrés Salcedo Castro

TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN	2
2.1.Abstract	4
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
4.1.Marco Referencial	7
4.2.Marco Teórico	10
4.3.Marco Conceptual	22
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	35
5.1.Materiales	35
5.2.Métodos.....	36
5.3.Técnicas e Instrumentos	36
5.4.Población de Estudio	38
5.5.Procedimiento	40
6. RESULTADOS	41
7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	107
8. CONCLUSIONES	122

9. RECOMENDACIONES	124
10. BIBLIOGRAFÍA	125
11. ANEXOS	128

1. TÍTULO

**“PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA MOTIVACIÓN DE TALENTOS DEPORTIVOS
EN CAMPEONATOS DE FÚTBOL 7 CLASIFICATORIOS NACIONALES DE
CORPORACIÓN SALCEDO CASTRO”**

2. RESUMEN

Loja es una ciudad en la cual el ser humano experimenta y desarrolla, a través múltiples procesos de interacción, una gran variedad de aspectos de su vida social. Por tal motivo, la presente tesis tiene como propósito fundamental promocionar jugadores en los campeonatos clasificatorios de Corporación Salcedo Castro.

El principal problema en la ciudad de Loja es la falta de promoción de talentos deportivos de FUT 7, debido a que no existen Torneos Clasificatorios por el poco interés de los equipos lojanos en participar. Muchos de estos talentos quedan en el olvido ya que no llegan a ser conocidos por ningún club nacional y a su vez los medios de comunicación como empresas privadas demuestran poco interés en promocionar torneos locales sin relevancia en comparación a otras ciudades.

Los talentos tienen que ser promocionados, en Loja no hay cazatalentos, al no haber cazatalentos por falta de publicidad, esto impide que jugadores lojanos tengan una oportunidad de fichar por algún club Nacional de FUT7 y porque no representar al país en los diferentes Mundiales que organiza el FIF7 Mundial de Torneos en Césped Sintético por lo que fue necesario plantearse el objetivo de elaborar un plan de promoción que permita la motivación de talentos deportivos de fútbol 7, para lo cual se utiliza una metodología de exploración, inductivo y deductivo, para conocer los procesos de captación y promoción de los jugadores de FUT 7.

Por este motivo el objetivo es elaborar un plan de promoción para que los talentos deportivos se motiven en participar en estos Torneos Clasificatorios Nacionales a través de Torneos Salcedo Castro, elaborando un FODA para priorizar los objetivos y elaborar una propuesta a cada objetivo.

Se llega a la conclusión que Loja es una ciudad que no cuenta con Clasificatorios Nacionales pero que a través de Torneos Salcedo Castro con un Plan de Promoción bien ejecutado logra llamar la atención de equipos del austro, que lleven talentos de FUT 7 a cada Campeonato, Torneos Salcedo Castro realizando convenios con medios de comunicación y el apoyo de Instituciones Públicas y empresas privadas lograrán que jugadores lojanos sean traspasados a nivel nacional e internacional.

Palabras Clave: Detección de talentos, Plan de Promoción, Venta de Jugadores y Seguimiento.

2.1.Abstract

Loja is a city in which the human being experiences and develops, through multiple processes of interaction, a great variety of aspects of his social life. For this reason, the main purpose of this thesis is to promote players in the qualifying championships of Salcedo Castro Corporation.

The main problem in the city of Loja is the lack of promotion of sports talents of FUT 7, because there are no Qualifying Tournaments due to the little interest of the Loja teams in participating. Many of these talents are forgotten since they do not become known by any national club and in turn the media as private companies show little interest in promoting local tournaments without relevance compared to other cities.

The talents have to be promoted, in Loja there are no headhunters, as there are no headhunters due to lack of publicity, this prevents Loja players from having an opportunity to sign for a National FUT7 club and why not represent the country in the different World Cups organized by the FIF7 World Tournaments on Synthetic Turf so it was necessary to consider the objective of developing a promotion plan that allows the motivation of talents football 7 sports, for which an exploration methodology, inductive and deductive, is used to know the processes of recruitment and promotion of FUT 7 players.

For this reason, the objective is to develop a promotion plan so that sports talents are motivated to participate in these National Qualifying Tournaments through Salcedo Castro Tournaments, developing a SWOT to prioritize the objectives and develop a proposal for each objective.

It is concluded that Loja is a city that does not have National Qualifiers but that through Salcedo Castro Tournaments with a well-executed Promotion Plan manages to attract the attention of Austro teams, which bring FUT7 talents to each Championship, Salcedo Castro Tournaments

making agreements with the media and the support of Public Institutions and private companies will achieve that Loja players are transferred to the national level and international.

Key words: Talent Detection, Promotion Plan, Player Sales and Monitoring.

3. INTRODUCCIÓN

El tema a desarrollarse en la presente investigación abarca el estudio de la motivación de talentos deportivos Lojanos en participar en clasificatorios de FUT 7 y así poder ser promocionados a nivel nacional e internacional.

Una vez identificados estos Talentos Deportivos, se pretende investigar la incidencia de estos torneos Clasificatorios que organiza Torneos Salcedo Castro en el interés que muestren medios de comunicación, empresas privadas e instituciones públicas para la promoción de estos, este trabajo consta de tres capítulos, los mismos que se describen a continuación

En el primer capítulo se desarrolla lo concerniente a los antecedentes del futbol 7 nacional e internacional. De manera análoga, en el segundo capítulo se expone acerca del análisis externo como son los clasificatorios y su incidencia en la promoción de talentos lojanos, para luego analizar la gestión realizada por Corporación Salcedo Castro organizando cada clasificatorio contando con instrumentos para promover dinámicas de organización previamente y durante la realización del campeonato.

A continuación, en el tercer capítulo, se realiza una matriz FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene cada clasificatorio para obtener objetivos estratégicos de mayor valor para poder realizar la propuesta pertinente que ayudarán a mejorar las relaciones humanas, económicas y sociales en Loja.

Finalizando con las conclusiones y recomendaciones de esta tesis.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1.Marco Referencial

Según (Moreno, La demanda de equipos y jugadores que desean participar en el torneo de fútbol 7, 2015)

“La demanda de equipos y jugadores que desean participar en el torneo de fútbol va en incremento año tras año, esto genera algunos problemas como retraso en el inicio de los campeonatos de fútbol, la información de las cartas pase de los jugadores no es fiable. Todo esto acompañado de insuficientes recursos tecnológicos genera que tanto jugadores y equipos no cumplan a cabalidad con los requisitos y exigencias que establece la LDGP. La presente investigación propone el desarrollo de un sistema automatizado para el control de la fiabilidad de la información en la gestión de los campeonatos de fútbol en la LDGP, el mismo que permitirá administrar, gestionar y controlar de mejor manera la información de los campeonatos de fútbol, así como también agilizar los procesos y mejorar el servicio a la ciudadanía.

Mediante técnicas de recolección de información se ha realizado el levantamiento de requerimientos, los cuales posteriormente han sido transformados en diagramas informáticos para facilitar la interpretación de los procesos.”

Según (Cumbicus, 2013)

La selección de talentos requiere de niveles altísimos de preparación los cuales se pueden dar partir de una adecuada planificación y ejecución de los conocimientos adquiridos, esto permite resolver diferentes situaciones que se presentan en los entrenamientos o competencia.

Lo que me llevo a trabajar el siguiente problema: como incide la selección de talentos en etapas formativas para integrar el equipo de Liga Deportiva Universitaria de Loja profesional en las escuelas de futbol de Liga Deportiva Universitaria de Loja.

La investigación tiene como objetivo general; analizar los parámetros para la selección de talentos en las etapas formativas y su incidencia para integrar el equipo de Liga Deportiva Universitaria de Loja profesional en las escuelas de futbol de Liga Deportiva Universitaria de Loja. Y objetivos específicos como: determinar si la utilización de parámetros es la adecuada para obtener un buen selecciona miento de talentos por parte de los entrenadores del club Liga Deportiva Universitaria de Loja.

Conocer si los entrenadores del club tienen un buen selecciona miento de jugadores para proyectarlos al equipo de primera categoría. Aplicar nuevos parámetros para la selección de talentos en las divisiones formativas del Club Liga Deportiva Universitaria de Loja. Los procesamientos utilizados para la comprobación de hipótesis fueron el método científico, deductivo – inductivo; y para la elaboración del análisis se acudió al método descriptivo.

Las técnicas que se aplicaron fueron a través de instrumentos como la encuesta a los entrenadores y los test a los jugadores del club Liga Deportiva Universitaria de Loja, lo que me permitió llegar a comprobar las hipótesis de trabajo. Los resultados principales a los que se abordaron en esta investigación se refieren a la selección de talentos y medir el grado de conocimiento de los entrenadores para la formación profesional de los jugadores y su incidencia.

(Medrano, 2019) manifiesta que:

“Los entrenadores de fútbol tienen la tendencia a emitir opiniones varias sobre los factores determinantes, hacen un análisis observacional para el procesamiento de la información de los jugadores, la cual reciben y divulgan.

Se basan en dos formas como medios de apoyo para realizar el seguimiento del jugador y emitir un concepto en cuanto a su evolución y promoción. El primer medio de apoyo es el memorial referido a la memoria y el segundo es el referido al que va desde el análisis del esfuerzo físico, los condicionantes técnicos y tácticos, realizadas a través de las técnicas de registro manual de datos con la combinación de los diversos recursos tecnológicos.

Este proceso de recogida, almacenamiento y procesamiento de información es cada vez más determinante en la evaluación y la optimización del rendimiento del jugador. Valiéndonos en uno u otro medio de apoyo, el fin es que hay una información del desarrollo deportivo del futbolista.

Con un análisis observacional y una información recopilada de un jugador, debemos plantearnos una serie de preguntas y también debemos darnos una serie de respuestas, que se pueden responder en una forma muy simple y reducida: si o no, pero de amplio significado.”

4.2.Marco Teórico

4.2.1. Antecedentes Internacionales del Fútbol

Algunos apuntes sobre los procesos de promoción de talentos en diferentes países, demuestran ciertas características particulares atribuidas a las diversas realidades socioeconómicas y políticas. Por ello, analizar un poco la historia de dichos procesos es importante para comprender su evolución y el actual estado de esos procesos.

Los procesos de promoción de talentos deportivos siguen una secuencia lógica. Pila (2008) expone tres etapas en el descubrimiento de talentos deportivos: detección, seguimiento y promoción de jugadores.

La etapa de detección puede ser apoyada por pruebas de pentatlón escolar, pruebas de rendimiento motor por especialidad y resultados en competencia; la etapa de seguimiento incluye competencia y entrenamiento y, por último, la etapa de desarrollo donde pueden encontrarse campamentos (camino a la excelencia) y evaluaciones sistemáticas.

El autor también menciona otras formas de observación y detección de jugadores vistos a promocionar, por ejemplo: competencias intra escolares, sistema de pruebas de valoración física, solicitud a los profesores de Educación Física de alumnos con características sobresalientes o por apreciación visual en la actividad cotidiana.

Reforzando la importancia de las pruebas Reilly, Williams, Nevill y Franks (2000), en su investigación sobre la identificación del talento en fútbol, concluyen que una batería de pruebas puede ser útil en los establecimientos de los datos de referencia para los jugadores jóvenes que son seleccionados sobre programas de desarrollo especializados.

La Copa Mundial de fútbol 7 de la IFA 7 es un torneo internacional de selecciones nacionales de fútbol 7 compuestas por jugadores masculinos. El torneo es organizado cada cuatro años por la IFA 7 y surgió en 2015.

Es la organización que maneja las federaciones y asociaciones de FUT 7 en el mundo. Se fundó en el año 2015 por Daniel Balcorta para promover el desarrollo del FUT 7 en el mundo. Cuenta con su sede central en Calgary, Canadá. La IFA 7 cuenta con más de 24 federaciones asociadas a la entidad.

Es responsable de organizar las competencias internacionales oficiales como IFA7 Copa Mundial, IFA7 Copa América, IFA7 Euro Cup, Copa de Naciones, Mundial de Clubes, Desafíos Internacionales, entre otros.

La misión de IFA 7 es Organizar, estandarizar, administrar, promover y desarrollar Fútbol 7. Su énfasis está en el desarrollo del jugador, entrenador a través del crecimiento mental, emocional y la atmósfera social.

A nivel mundial el FÚTBOL 7 está agarrando mucha fuerza. En Perú, Brasil, México y más países a nivel mundial tienen su propia Liga y es transmitida por televisión abierta en donde los grandes equipos profesionales de sus respectivos países tienen sus filiales en este torneo como Alianza Lima, Flamengo y más.

El FUT 7 tiene su propia Federación Internacional y gracias a estar afiliado a ésta, nuestros torneos obtienen el aval y cupo para un representante a las distintas copas internacionales como México, Brasil, Argentina, Dubai, Miami, entre otros.

Jorge Sandoval, Francisco Muñoz, Nelson Martínez, Juan Delgado y Carlos Rodríguez junto a la figura de Máximo Banguera, impulsan el desarrollo y organización de Circuitos a nivel nacional, donde los campeones y vice campeones de cada asociación se reúnan en puntos estratégicos del país disputando los torneos nacionales clasificatorios al mundial.

4.2.1.1.Historia del Fútbol 7

Según (SportFutbol, 2020)

El Futbol 7 nace como derivado del formato de 11 jugadores, siendo en este caso, dos equipos conformados exclusivamente por 7 jugadores cada uno. Surge como adaptación para entrenamiento enfocado en niños y jóvenes para categorías menores, siendo esta modalidad aceptada rápidamente. Tomándose como variante del futbol de sala, teniendo un posible origen en Uruguay desde la década de 1930 del siglo pasado.

Como principales características y/o diferencias con respecto al futbol en formato común, adicional de los 7 jugadores, se permite un número ilimitado de cambios de jugadores; se practica únicamente en campos de grama sintética cubiertas y descubiertas. Según el número de jugadores siempre uno es el portero.

Como un hecho curioso, existe confusión y acaloradas discrepancias acerca de si hay o no fuera de juego en futbol 7. Según el Reglamento de la RFEF sí existe esta norma, aunque no deja claro si la posición fuera de juego abarca todo el campo del equipo contrario o sólo dentro de la línea del área.

4.2.1.2. La Federación Internacional de FUT 7

Según (FIF7, 2020)

La Federación Internacional de Fútbol 7 mejor conocida como **FIF7** es la organización que maneja las federaciones y asociaciones de Fútbol 7 en el mundo. Se fundó para promover el desarrollo del Fútbol 7 masculino y femenino en el mundo.

Es responsable de organizar las competencias internacionales oficiales como FIF7 Copa Mundial, FIF7 Copa América, FIF7 euro Cup, Copa de Naciones, Mundial de Clubes, Desafíos Internacionales, entre otros.

La misión de FIF7 es organizar, estandarizar, administrar, promover y desarrollar Fútbol 7. Su énfasis está en el desarrollo del jugador, entrenador a través del crecimiento mental, emocional y la atmósfera social.

París FC de Chile es el campeón de la FIF7 Copa Sudamericana 2020 en Porto Alegre, Brasil.

4.2.1.3. Torneos Organizados por la Liga Mundial de FUT 7

Cuadro No 2

Torneos de la liga FUT 7

Nombre	Sede	Inicio-Clausura
Copa América IFA7	Cancún, México	enero-febrero
Mundial de Clubes IFA7	Guadalajara, México	marzo-abril
Copa Mundial IFA7	Lima, Perú	mayo-junio
Desafío Internacional IFA7	Roma, Italia	septiembre
Mundial de Clubes IFA7	Ámsterdam, Holanda	octubre-noviembre
Copa de Naciones IFA7	Tokio, Japón	diciembre

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Página Oficial de la Liga Internacional de Futbol 7

4.2.2. Antecedentes Nacionales del Fútbol

La historia del fútbol en Ecuador tuvo sus orígenes cuando el guayaquileño Juan Alfredo Wright, quien residía en Inglaterra, volvió a su ciudad natal, Guayaquil, a mediados del año de 1899 junto a su hermano Roberto Wright. El retorno de ambos a Ecuador, sirvió para incentivar a los jóvenes ecuatorianos a practicar el fútbol.

Fut7 es el nombre que se le da a la Liga Nacional oficial afiliada a la Federación Internacional de Fútbol 7, En Ecuador se ha realizado torneos en diferentes puntos del país como Quito, Guayaquil, Ambato, Ibarra, Cuenca y más. De cada circuito sale un campeón el mismo que representa a su ciudad compitiendo en el torneo Nacional por un cupo para representar al país en el torneo internacional.

En el 2017 el equipo Cuarto de Libra representante de la provincia del Guayas se proclamó campeón en salinas, adjudicándose el título de campeón con el cual representará al país el próximo mes de mayo en el mundial a efectuarse en México.

La final del torneo la disputaron dos equipos de la Costa Esquina FC de David Montecé, y Cuarto de Libra, en este último se lucieron ex figuras del balompié nacional como David García, Geovanny Camacho, Jairo Montaña entre otros. El presidente del Equipo Víctor Dueñas, destacó el nivel mostrado por cada uno de los equipos y destacó la labor efectuada al montar el primer estadio móvil del país, iniciativa que espera se siga desarrollando.

4.2.2.1. Historia del Fútbol Sala en el Ecuador

Según (EquFutsal, 2019)

El Fútbol 7, fue introducido en el Ecuador, por el Prof. Patricio Ortiz Alarcón, en el mes de mayo de 1995, realizándose el Primer torneo oficial, conjuntamente con la Dinader Nacional, certamen que dio inicio el 20 de mayo de ese año, en las instalaciones del coliseo de la PUCE de la ciudad de Quito.

La presentación oficial de este deporte, se realizó el 23 de septiembre de ese mismo año, en el Salón Auditorium Capitán Luis Arias Guerra de la Concentración Deportiva de pichincha; y a semana seguida, en el escenario del Coliseo Julio Cesar Hidalgo.

4.2.2.2. Liga Nacional de Futbol 7 (FIF 7) en el país

La segunda edición de la Copa América IFA 7 se desarrollará en Quito, a partir de junio del 2021. Figuras como Álvaro Recoba, Iván Alonso, Iván Hurtado y Franklin Salas estarán presentes en el torneo continental.

La ciudad capitalina albergará el torneo de la Copa América IFA 7 2021. El torneo arrancará el 24 de agosto hasta el 26 de octubre se disputarán las fases de grupo, con cuatro cotejos diarios, así lo confirmó Daniel Balcorta, presidente de IFA 7 a Bendito Fútbol.

Brasil, Canadá, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, México, Perú y Uruguay serán los países participantes de esta segunda edición. El primer campeonato se jugó en el 2016 en San José, Costa Rica. La selección peruana salió campeona. "La idea es realizar este torneo cada dos años", confirmó Balcorta.

Loja a través de Corporación Salcedo Castro llevará un representante de la ciudad del Campeonato Clasificatorio del cantón Loja a efectuarse en mayo del 2021.

4.2.2.3. Categorías

Según (Castro, 2021) Loja cuenta con 2 categorías ya que la Liga Nacional de Fútbol 7 solo reconoce como torneos oficiales a dos categorías, estas son:

➤ **Infanto Juveniles**

Cuadro No 3
Categoría de Infanto juveniles

Categorías	Edades
Sub 10	8-10 años
Sub 12	11-12 años
Sub 15	13-15 años
Sub 20	16-20 años

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Página Oficial de la Liga Internacional de Fútbol 7

➤ **Abierto**

Juegan de los 15 años en adelante sin restricción de edad, bajo la responsabilidad de cada dirigente del equipo al que representan.

4.2.3. El Fútbol 7 en nuestra ciudad

Loja por primera y única vez fue sub sede de un Torneo de FUT 7 en el año 2018 con los mejores 16 equipos del país, en donde ningún equipo Lojano llegó a instancias finales por la calidad de equipos que había a nivel Nacional inclusive con Jugadores ex profesionales.

(Eguiguren, 2018) dueño de Cancha Sintética La Sede manifestó:

“Loja le quedó muy grande un Torneo de IFA 7, por los pocos cupos que da la Liga Nacional de FUT 7, quedaron más de 40 equipos fuera de participar en este Torneo porque Loja no cuentan con Campeonatos Clasificatorios, solamente con Campeonatos con premios económicos donde no hay una proyección nacional ni ojeadores que vengan a promocionar el FUT 7 en nuestra ciudad”

4.2.4. *Fundamentación Legal*

4.2.4.1. Constitución República del Ecuador Cultura Física y tiempo libre

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y la colectividad al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute y la promoción de actividades para el esparcimiento y desarrollo de la personalidad.

4.2.4.2.El Régimen del Buen Vivir Sección Sexta, la Cultura Física y Tiempo Libre.

Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

4.2.4.3. Plan Nacional del buen vivir

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, 24 relaciones personales y familiares. Las condiciones de los entornos en los que se desarrollan el trabajo, la convivencia, el estudio y el descanso, y la calidad de los servicios e instituciones públicas, tienen incidencia directa en la calidad de vida, entendida como la justa y equitativa redistribución de la riqueza social.

4.2.5. *Panorama empresarial en la organización de torneos de FUT 7*

(Rincón, 2017) nos dice que:

Hay pocas empresas dedicadas a organizar torneos y el número se reduce más si se habla de las que se encuentran legalmente constituidas.

Una de ellas es Corporación Salcedo Castro, quienes están dedicados a promover nuevos talentos en la ciudad de Loja relacionados con este deporte, y efectivamente realizan torneos clasificatorios a nivel Nacional de fútbol sala, todos estos con expectativas de competencia y ganar posicionamiento frente a grandes nacionales.

Por otra parte, está Loja Cup, que igualmente concentra torneos para competencias de fútbol aficionado, pero elite, que son equipos aficionados con un alto nivel deportivo y

competitivo. También esta Castro Loayza Torneos que ofrece la oportunidad de organizar torneos según las necesidades de los interesados.

De lo anterior, se puede considerar que Corporación Salcedo Castro, tendrá un mercado amplio para capturar, sin embargo, debido a la informalidad en la que se realiza esta actividad deberá posicionar estratégicamente su oferta de servicios de modo que los aficionados al fútbol y los torneos lo elijan al momento de iniciar una competencia deportiva.

La informalidad a la hora de realizar torneos, puede tener efectos nefastos, puesto que existe la costumbre de elegir lo que menos cuesta y menos requisitos tienen. Comportamiento que conduce a tener un rechazo inicial con una empresa legalmente constituida y organizada, por la forma diferente de hacer las cosas. Sin embargo, esta impresión se puede cambiar, al mostrar resultados transparentes y confiables de las actividades que organice.

4.2.6. Corporación Salcedo Castro

Corporación Salcedo Castro nace el 27 de diciembre del año 2017 con el nombre de Torneos Salcedo Castro con 2 miembros el Ing. Hugo Noé Salcedo Jaramillo con CI: 1101364485 y el Sr. Hugo Andrés Salcedo Castro con CI: 1104064694.

Empiezan haciendo campeonatos locales como el Indor del Barrio “La Pradera” 2018, el Mundial de Clubes Ecotel Tv, El Mundial de Césped Sintético Diario La Hora y el Campeonato Interinstitucional Diario Crónica de la Tarde.

Se firman convenios con los siguientes medios de comunicación: Ecotel tv, Diario La Hora, Diario Crónica de la Tarde, Radio Loja, Radio Centinela del Sur, Radio Matovelle, Radio La Hechicera para hacer un Campeonato al año con cada uno de los medios de comunicación y a su vez estos se comprometen a cubrir todos los eventos deportivos de Corporación Salcedo Castro todos los años.

En el año 2019 Corporación Salcedo Castro aumenta sus miembros con la Lic. Fanny Salcedo Jaramillo y la Dra. Graciela Salcedo Jaramillo, quienes se encargaban de la parte financiera de Corporación Salcedo Castro, a mediados de ese año se comunican los miembros del IFA 7 Nacional para realizar torneos clasificatorios en la ciudad de Loja donde el Campeón representa a la ciudad de Loja en los Nacionales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca para la preselección para ellos mundiales que se realizan en los diferentes países del mundo. Empezando con 40 equipos el Campeón sale a representar a Loja en Quito donde si bien cierto no llega a campeón, pero jugadores lojanos como Ramiro Arévalo y Andy Ordoñez son preseleccionados a la selección de Ecuador para representar al País en el Mundial realizado en Italia (Roma) en el año 2019.

Por la representación de estos Loja es llegada a conocer en el país por estos torneos y se llega a un convenio con el IFA 7 para realizar campeonatos pre clasificatorios en Loja donde el Campeón sale a jugar en cualquier parte del país representando a Loja, teniendo como auspiciantes a los medios de comunicación de Loja, así como casas deportivas, y empresas Lojanas que auspician cualquier Campeonato que realice Corporación Salcedo Castro.

4.2.7. Análisis FODA de los Campeonatos Nacionales en futbol 7 de Corporación Salcedo Castro

➤ Fortalezas

- Corporación Salcedo Castro es la única empresa de Campeonatos de futbol 7 que hace clasificatorios nacionales en la Provincia de Loja.
- La Liga Nacional de Futbol 7 es independiente a la Federación Ecuatoriana de Fútbol, pues realiza venta directa entre organizador del torneo y dirigente.
- Tiene en convenio todas las canchas sintéticas de la ciudad de Loja. Tiene como patrocinadores a empresas muy grandes como que se encargan de financiar el alto Presupuesto de cada torneo como Ecotel TV, Diario La Hora, Radio Loja y KAO Sports.
- Consta con la participación de los mejores equipos de la provincia de Loja y sus jugadores que ya han representado al país en varios Mundiales.

➤ Oportunidades

- Capacidad organizativa y económica para invertir en talentos deportivos para motivarlos a participar y así puedan ser promocionados.
- Respeto a un plan de trabajo a largo plazo con profesionales de la ciudad de Loja con visión de expandir la promoción de cada jugador dentro y fuera del país.
- Explotar más su marca con la ayuda de las grandes empresas de publicidad que lo respaldan.

- Ser la empresa más grande de clasificatorios Nacionales de futbol 7 en el país.
Participar directamente en los mundiales que realiza la Liga Mundial de Futbol 7 en los diferentes países de Europa.

➤ **Debilidades**

- Dirigentes sin experiencia que no quieren invertir en la inscripción de cada clasificatorio.
- Los dirigentes exigen resultados inmediatos como venta rápida de jugadores para financiar sus clubes.
- Ha sido trampolín para jugadores que alcanzaron éxito en otras ciudades y en otros certámenes de futbol 7.
- El Jugador ecuatoriano no alcanza todavía un profesionalismo al 100%

➤ **Amenazas**

- Jugar a más de 1400 metros de altitud con un sol que causa mucho estrago.
- Que cada vez exista más equipos de altura y menos del llano causando una desigualdad evidente
- Estar siempre preocupado por la poca calidad del arbitraje lojano.
Una prensa deportiva polarizada y sesgada en sus comentarios.
- Posible futura competencia en los años próximos.

4.3. Marco Conceptual

4.3.1. Administración Deportiva

Según (Mejía, 2013)

Considerada como una rama de la administración en general que estudia elementos del proceso administrativo como el direccionamiento estratégico, gestión de talento humano, entre otros, pero aplicado a la organización deportiva. Con principios y trazabilidad en la formación de nuevo conocimiento, con diferentes perspectivas que permiten comprender la dinámica de la organización en conjunto con el contexto y proyección de la misma, con orientación local, nacional e internacional definiendo un proceso racional en la gestión y aplicación de recursos tanto de talento humano, organización deportiva entre otras acciones para la institución deportiva

4.3.2. Promoción Deportiva

(Montero, 2014) manifiesta que:

La promoción deportiva desde una óptica integradora donde se pondere el factor de la cultura y la identidad deportiva la convierte en una tecnología compleja, más aún por la diversidad de objetivos, disciplinas, actividades y eventos deportivos que se desarrollan. Los resultados de la promoción, son mediatos y de gran impacto, de ahí que requieran de proyecciones estratégicas y planes a corto plazo en los que se tengan en cuenta una adecuada política de inversión de tiempo, recursos humanos, materiales financieros, a la par de las exigencias del desarrollo de los acontecimientos relacionados con esta actividad y del progreso de la cultura nacional y universal.

La promoción deportiva está vinculada con las políticas que tienen por objeto masificar y divulgar el deporte en sus diferentes niveles. Se expresa mediante actos oficiales, lineamientos, leyes y otros documentos normativos. La divulgación es el mecanismo que utiliza la promoción deportiva para motivar a la participación en los eventos deportivos. En tanto, la masificación del deporte es el proceso práctico social y de participación popular con base histórica, vinculado con el desarrollo de actividades deportivas, con propósitos educativos, recreativos, culturales, de salud y científico investigativo, caracterizado por la inclusión, la igualdad de derechos y oportunidades.

Después de este breve análisis se define como el conjunto de acciones para socializar los eventos y actividades deportivas, orientadas a optimizar el nivel de satisfacción cultural y la identidad deportiva que impulsan iniciativas para el cambio, la conservación, difusión y disfrute de la comunidad.

4.3.3. Proceso de Formación de Jugadores

“Cualquier persona que decide practicar algún deporte determinado debe seguir un proceso de formación lo más adaptado posible a su edad y nivel. Es decir, los deportistas deben pasar por una serie de etapas, lo que implicará que se proyecte el trabajo con los deportistas con tiempo suficiente, de forma progresiva, sin tener prisas, evitando saltarse pasos necesarios en la educación motriz de los jugadores. Vinculando siempre la formación con la consecución de una serie de fases, lo entiende como “el proceso que se extiende durante un largo periodo de vida y que pasa por diversas etapas que vienen determinadas por su evolución, el tipo de deporte que se practica y los planteamientos metodológicos que se plantean. Si bien las etapas de formación suelen

estar bien formadas a partir de una edad avanzada, se cree que no ocurre lo mismo durante el periodo de iniciación. En este sentido, se considera que este periodo también debe ser considerado como un proceso particular de importancia por sí mismo.” (Jimenez)

4.3.4. Talento Deportivo

Zatsiorski (1989, p. 283).

Por otro lado, confirma que “el talento deportivo se caracteriza por determinada combinación de las capacidades motoras y psicológicas, así como de las aptitudes fisiológicas que crean, en conjunto, la posibilidad potencial para el logro de altos resultados deportivos en un deporte concreto”.

Sin embargo, en la actualidad, se observa cómo este término “talento” es sustituido en la literatura especializada por el término de “sujeto experto”, de tal forma que, este concepto supone una aproximación totalmente diferente al concepto de talento utilizado hasta el momento; siguiendo a Durand-Bush y Salmela (1996), el concepto de experto es definido como “alguien experimentado, enseñado a partir de la práctica, habilidoso, ágil, dispuesto; con facilidad para rendir a partir de la práctica. Una persona habilidosa o experimentada” (The New Webster, 1965, p. 310, en Durand-Bush y Salmela, 1996, p.88).

4.3.5. Detección de talentos

La detección de talentos es un elemento propio que debe presentarse en toda organización deportiva de un país, por su proceso sistemático, planeado a medio y largo plazo, debería cumplir con los siguientes objetivos (Cazorla, 1984):

1. Analizar las exigencias materiales, psicológicas, sociológicas y biológicas inherentes a un deporte concreto y para un alto nivel de rendimiento.
2. Planear un programa racional de detección elaborado por fases de desarrollo.
3. Sistematizar programas de entrenamiento y formación para desarrollar el talento identificado.
4. Realizar un seguimiento médico, científico y pedagógico sobre los deportistas.
5. Seleccionar los mejores deportistas para determinadas competiciones o juegos importantes.

4.3.6. *Búsqueda de Talentos Deportivos*

(Arias, 2018) manifiesta que:

La promoción de jóvenes talentosos futbolísticos a través de equipos infantiles, juveniles y quizás de adultos, ya sea en clubes o equipos nacionales, tiene que ser considerada como una de las metas más importantes en el fútbol contemporáneo.

Los costos financieros de un programa tales tienen que ser compensados ante la escalada en las sumas de transferencia. Para muchos clubes o países pequeños con recursos financieros reducidos, el desarrollo de sus propios talentos es el único camino que se ajusta a la realidad. Los talentos no crecen en los árboles. Tienen que ser descubiertos y cultivados. Siempre debemos tener presente que "no sucederá nada hasta que no corra la pelota".

Una vez organizada la infraestructura de un club, los cazatalentos acudirán a diferentes partidos para observar la actuación del jugador en la mira. No será nada extraño retomar el partido con el nombre de un jugador completamente diferente en la

lista. Este jugador deberá ser observado luego en varias ocasiones más para cerciorarse de que su actuación no fue excepcional sólo en un día.

Se recomienda que el cazatalentos observe a un jugador potencial en tres o cuatro ocasiones, en diferentes condiciones y en terreno local y como visitante. De esta manera se podrá otorgar una valoración más exacta de la calidad del jugador. En caso de estar convencido de las cualidades del jugador, se ha de contactar al "cazatalentos principal" del club para obtener una opción definitiva.

Es importante que el jugador cuadre con las finalidades del tipo de futbolista que el club desea desarrollar. Un buen ejemplo al respecto es que los equipos de renombre no desarrollan solamente individuos con buena constitución física, sino también jugadores técnicamente versados.

4.3.7. Promoción de Talentos Deportivos

Según (Arias, 2018)

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a conocer a los futbolistas de FUT 7.

Características

- Ofrece a los jugadores de FUT 7 la mejor proyección nacional e internacional con la mejor oferta económica y deportiva, haciendo conocer a los jugadores mediante herramientas tecnológicas en cada Campeonato Clasificatoria en el cantón Loja.

- Ofrece un servicio profesional basado en un compromiso ético y de transparencia con los deportistas que se promociona, así como con los equipos que demandan hacer conocer a sus jugadores.
- Intermediar con los equipos mediante agentes de peso, teniendo a los jugadores con mejores ofertas y más mercado según su rendimiento.

Tipos

- **Promoción Publicitaria**

Cada jugador es promocionado mediante medios de comunicación televisivos, impresas o radiales en donde se indica el nombre del jugador, a que equipo de FUT 7 pertenece y las habilidades técnico-psicológica que posea.

- **Promoción por Agente**

Cada jugador es promocionado por un agente intermediario entre los clubes que jueguen los clasificatorios de la ciudad de Loja y los equipos profesionales nacionales enviando videos, fotografías y entrevistas de los organizadores de cada torneo.

- **Promoción Jugador-Club**

Cada jugador envía sus habilidades técnicas directamente a cada club mediante videos, fotografías y entrevistas para que estas sean analizadas por los equipos nacionales de FUT 7, considerando que es la más beneficiosa para el jugador porque la transferencia es del 100% del jugador y no entrega ningún porcentaje a medio de comunicación o agente.

Causas

- No existen conocimiento de talentos Lojanos en el país
- No existe ningún ingreso económico a ningún club de FUT 7 lojano porque no existe interés de ningún club nacional en fichar a ningún jugador de su club
- Desconocimiento de otras ciudades de los Campeonatos Clasificatorios que realiza Corporación Salcedo Castro anualmente

Consecuencias

- Medios de comunicación que promociones a los talentos Lojanos y a su vez a los Campeonatos clasificatorios de Corporación Salcedo Castro
- Fichajes de jugadores del cantón Loja hacia los equipos más importantes de FUT 7 a nivel Nacional (Fijalán, D Barce, Barcelona, Manta, Tungurahua FC)
- Turismo por la cantidad de agentes, dirigentes y organizadores de otras ciudades que acudirán a la ciudad en cada competición.

4.3.8. El seguimiento y la promoción del jugador de fútbol

(Castro, El seguimiento y la promoción del jugador de fútbol, 2017) manifiesta que:

Los Procesos los construyen los factores, los entrenadores somos uno de ellos y por lo tanto es importante un gran nivel de conocimiento, una adecuada aplicación y el correcto manejo de situaciones internas y externas para que no aparezcan como traspíe u obstáculo en el proceso del jugador como producto de calidad al mercado deportivo.

Otro factor viene de parte del club, sus aportes son importantes, fundamentales, básicos y dentro de esos aportes, el de la individualización: donde se toma a cada jugador catalogado de proyección como un proyecto dentro del proyecto, con un plan, con unos

objetivos a corto, mediano y largo plazo, cobijando todas las partes esenciales para su desarrollo óptimo, que permita consolidar y presentar un elemento humano y deportivo de calidad. E incluso dentro de su plan debe cobijar a esos jugadores catalogados “de acompañamiento” que de una u otra forma contribuyen a la proyección del jugador elite. (Cruz, 2011)

4.3.9. Fútbol

El fútbol es un deporte de equipo jugado entre dos conjuntos de once jugadores cada uno y algunos árbitros que se ocupan de que las normas se cumplan correctamente. Es ampliamente considerado el deporte más popular del mundo, pues lo practican unos 270 millones de personas. (Relaño, 2001)

4.3.10. El Fútbol 7

Según (Pacheco, 2004)

El fútbol 7 es un deporte derivado del fútbol con equipos formados exclusivamente por solo 7 jugadores. La normativa está unificada por la International Football Association 7 y es el organismo reconocido internacionalmente que regula la práctica, las principales normas son: no hay fuera de juego; las dimensiones del terreno de juego en fútbol 7 corresponden a la mitad de un campo de fútbol; el saque de esquina puede ser con la mano o con el pie según la estructura del país donde se practique; las faltas son acumulables, al llegar a la sexta falta se cobra un shoot-out; la tarjeta amarilla deja al jugador fuera de juego por 2 minutos pero puede ser reemplazado por otro jugador del equipo; una tarjeta roja deja al equipo sin un jugador por 2 minutos, después de este tiempo puede ingresar otro jugador.

Según (IFA7, 2020)

El fútbol juega un papel integral en la vida de los atletas que participan en el deporte, la Asociación Internacional de Fútbol funciona como la "plataforma" para ofrecer oportunidades mundiales a sus participantes.

El énfasis está en el desarrollo del jugador y entrenador a través del disfrute, el crecimiento mental, emocional y la atmósfera social. Si bien se fomenta la competitividad, debe recordarse que la filosofía de "ganar a toda costa" no es apropiada.

Una estructura organizacional efectiva, con objetivos claros y directos, para ofrecer un servicio profesional de clase mundial y desarrollar atletas de alto rendimiento a través de un juego divertido, seguro y saludable para todos.

Todos los jugadores son diferentes, y debido a esto sus necesidades físicas, sociales y psicológicas son diferentes. IFA7 reconoce esto y los programas están destinados a satisfacer las necesidades de todos los jugadores.

4.3.11. Copa Mundial IFA 7

Según (7, 2020)

La Copa Mundial de fútbol 7 de la IFA7 es un torneo internacional de selecciones nacionales de futbol 7 compuestas por jugadores masculinos.

Cada país es representado por el Campeón del Clasificatorio Nacional en la sede que cada país otorgue, considerando tener como refuerzos a los mejores jugadores de los equipos en competición. La competición tiene el visto bueno de medios de comunicación internacionales al ser un Torneo Oficial avalado por el IFA 7.

4.3.12. FUT 7

En las ligas de fútbol 7 pueden entrar en el campo de juego solamente 7 jugadores simultáneamente. Este tipo de competiciones surge por la adaptación del fútbol tradicional a las categorías inferiores, como prebenjamines, benjamines y más. Ya que en las ligas de fútbol 7 participan menos jugadores, también el tamaño de la cancha es reducido. (7, 2020)

4.3.13. Clasificatorios de FUT 7

La clasificación para los Torneos Nacionales de FUT 7 es un Campeonato en cada ciudad en la que juegan los equipos de cada provincia para representar a dicha ciudad en los Nacionales con la posibilidad de representar al país en los mundiales de FUT 7. (7, 2020)

4.3.14. Futbolista

Es aquella persona que, hace del deporte su medio de vida. Es deportista profesional quien realiza una actividad o disciplina deportiva y recibe por ello una remuneración. Es un deportista no aficionado. (FIFA, 2020)

4.3.15. Materializar y concretar ideas

Para el caso puntual de Corporación Salcedo Castro, se puede decir que es necesario hacer un estudio más juicioso sobre el sector deportivo que está en auge y que ha ganado espacios en la ciudad de Loja que representan una cifra importante con respecto a las actividades que las personas realizan para ocupar su tiempo libre.

La puesta en marcha de esta idea ha funcionado como actividad no constituida legalmente y por lo tanto, se piensa que puede alcanzar un nivel de estabilidad que permita liberar de cargas administrativas y logísticas a quienes lideran los grupos de fútbol aficionado, dándoles la posibilidad de consolidarse en la práctica, concentrarse y obtener un mejor nivel para las competencias.

La idea de construir esta empresa facilitará que muchos grupos, asociaciones, empresas y promotores del fútbol aficionado encuentren en Corporación Salcedo Castro, una oportunidad de mejorar el desempeño y alcanzar una categoría; puesto que los aficionados, no tiene un escalafón o nivel dentro de las ligas o torneos de competencia reconocidos en el país.

4.3.16. Oportunidades de Mercado

Concerniente a las estrategias que deberán implementarse en Corporación Salcedo Castro, tenemos que el marketing deportivo según (Porter, 2011), es: todas aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las necesidades y carencias de los consumidores deportivos participantes primarios, secundarios y terciarios y de los consumidores deportivos espectadores primarios, secundarios y terciarios a través de procesos de intercambio. El marketing deportivo ha desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios.

4.3.17. Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación son procesos e instrumentos que se utilizan al iniciar el estudio de un fenómeno determinado. Estos métodos permiten recopilar, examinar y exponer la información, de esta forma se logra el principal objetivo de toda investigación, que es adquirir nuevos conocimientos. (lifeder.com, 2020)

4.3.18. Encuesta Online

Las encuestas en línea son un estudio en el cual el investigador obtiene datos a partir de una serie de preguntas utilizando el internet como medio de difusión, dichas preguntas, como una encuesta tradicional van dirigidas a una muestra representativa de la población con el fin de conocer tendencias y opiniones. (Arias C. , 2019)

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

En la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales y equipos:

Suministros

- Cuadernos de apuntes
- Hojas papel bond
- Esferográficos
- Calculadora
- Grapadora

Equipos tecnológicos

- Usb
- Laptop
- Excel
- Impresora
- Teléfono
- Internet
- Plataforma Zoom

5.2. Métodos

5.2.1. Método Científico

Este método permitió acceder a la información con claridad en su parte teórica, como de campo para analizarla y sistematizarla en la formulación del tema, y esquematización del marco teórico; dando una aproximación a la realidad que viven los jugadores de futbol 7 en cuanto a su contratación y la forma de promoverse a otros equipos.

5.2.2. Método deductivo directo

Permitió extraer de un conjunto finito de premisas comprobadas una conclusión única y verdadera, si la promoción de los talentos deportivos motiva a los jugadores en los Clasificatorios Nacionales de FUT 7 y con su participación Corporación Salcedo Castro tendrá éxito o no.

5.2.3. Método Inducción-deducción

Se realizó para ir de casos particulares a la generalización; iniciará viendo los problemas que ocurren en los campeonatos de FUT 7 y nos dará conclusiones y premisas generales. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento.

5.3. Técnicas e Instrumentos

5.3.1. Técnicas

5.3.1.1. Encuesta

Se realizó una investigación realizada a los representantes de cada equipo que participaron en el último Campeonato de FUT 7 de Corporación Salcedo Castro utilizando instrumentos estandarizados de preguntas y respuestas, con el fin de obtener mediciones cuantitativas.

5.3.1.2. Encuesta Online Google

La información del siguiente cuestionario servirá exclusivamente y de forma confidencial para conocer los gustos y preferencias de jugadores o dirigentes de equipos lojanos en cuanto a los Clasificatorios de FUT7 Nacional que realiza Corporación Salcedo Castro en la ciudad de Loja, dicha investigación tiene como objetivo aportar con respuestas certeras en pro del desarrollo de los pueblos, por lo que se le agradece su colaboración al contestar la presente encuesta con la mayor veracidad posible. Marque con una X en el cuadro de la opción que usted considere pertinente. Desde ya anticipo mi agradecimiento a su colaboración

5.3.1.3. Encuesta Online-Formularios de Google

Mediante la encuesta online se preparará un sondeo rápido, recopilando direcciones de correo electrónico, creando un concurso de preguntas y mucho más.

Esta herramienta tiene diseño adaptativo, por lo que es muy fácil hacer, modificar y contestar formularios en pantallas de todos los tamaños.

Las respuestas a las encuestas se recopilan de forma automática y ordenada a formularios, con gráficos y datos de las respuestas en tiempo real. Además de sacarle todo el partido a los datos examinándolos en hojas de cálculo.

5.3.1.4. Observación

Nos permitió una observación minuciosa de los hechos y fenómenos. La guía estuvo organizada mediante un registro que permito determinar los parámetros que vienen utilizando los entrenadores en la preparación de los futbolistas lojanos en las divisiones formativas, la misma

que es aplicada personalmente en horas y días distintos en los lugares de entrenamiento de cada club de FUT 7 en el cantón Loja. Que van hacer objeto de la investigación.

5.4.Población de estudio

En la población de estudio no va haber muestra por el motivo que la encuesta se aplicará a los dirigentes de cada club de cada equipo participante del último campeonato clasificatorio Nacional al Mundial de futbol 7 en Italia detallado a continuación:

CUADRO No 1

LISTADO DE CLUBS DE LA CIUDAD DE LOJA

Nro. Encuesta	Correo Electrónico	Equipo
1	j_hotan@hotmail.com	Loja City
2	leonardosalcedoj@hotmail.com	Slaps
3	diegoquiroga1990@gmail.com	80 FC
4	kevin.b15@hotmail.com	Pacharini FC
5	christianolivers@gmail.com	Los Increibles
6	ivanalberto1990@gmail.com	FC Galas
7	Ferxocampo@hotmail.com	Schalke 04
8	yailice@hotmail.com	Borussia FC
9	alejandro.bravo@unl.edu.ec	Municipio de Loja
10	salcedonoelya@gmail.com	Tecmisur
11	Contentojaime808@gmail.com	Agentes de Tránsito

12	quituzacajorgeluis@gmail.com	Alianza FC
13	diegohurt61@gmail.com	Autopartes Ochoa
14	j.correaconde@gmail.com	Automotriz Macas
15	Jonathanyunga@hotmail.com	Automotriz Arellano
16	danny19832010@hotmail.com	Violeta FC
17	hugosalcedoj@hotmail.com	Cruz de Yahuarcoma
18	juandiegocast@gmail.com	Ajax de Yahuarcoma
19	alexanderjavierchalacovilla@gmail.com	Tecnicentro
20	israel-macas@hotmail.com	Filmosur FC
21	andyariel010997@gmail.com	Deportivo Loja
22	daniლოსue@outlook.es	Orense FC
23	carrionr7@gmail.com	Zamora FC
24	Cristian_csm@hotmail.com	D"Barce
25	johnnychoa535@gmail.com	Kinos FC
26	diegosalcedocastro1991@hotmail.com	Los Iracundos FC
27	jarijara89_1997@gmail.com	Gigantes FC

5.5.Procedimiento

Para la presente investigación se desarrolló una investigación Científica, exploratoria descriptiva, con información secundaria que se me permitió sustentar la parte teórica de mi trabajo de investigación, así mismo la técnica de la observación me sirvió como instrumento específico de recolección de datos, que su aplicación nos dio a conocer el comportamiento de los dirigentes de los clubs con respecto a las condiciones de captación de los jugadores de fútbol 7. La entrevista como guía me aplicó algunos ítems o preguntas que me ayudó a conocer algunos aspectos que fueron motivo para general y conocer algunos factores externos e internos, y por último se realizó un análisis de los datos que comprendieron un tratamiento estadístico que se dio a los datos recolectados que me permitió obtener los resultados, a través de tablas, cuadros y matrices generados por este análisis.

6. RESULTADOS

6.1. Análisis de los Factores Externo

Los factores externos de una empresa u organización me permitirán conocer la oportunidades y amenazas, estos son factores externos que se encuentran en el exterior de la organización y que afectan al éxito de la misma, por lo que es necesario mencionar que son factores que están fuera del control de la empresa y que están cambiando constantemente.

6.1.1. Factores políticos

Según (Moreira, 2013)

Discutir sobre el proceso de politización del fútbol implica reponer los significados que tiene la política desde el punto de vista de los protagonistas de ese espacio. Se centra en tres aspectos estrechamente conectados: el funcionamiento del campo político de las instituciones deportivas, la circulación y doble pertenencia de los políticos que actúan simultáneamente en el fútbol y en alguno de los ámbitos de la política tradicional, y, finalmente, las prácticas y estrategias que se desarrollan durante el tiempo electoral.

Desde que el fútbol se convirtió en el gran espectáculo de masas y en el deporte más popular del país, los políticos ecuatorianos se han acercado a él para promocionar su nombre. Es común encontrar a estas figuras participando de la vida cotidiana de los clubes. Los casos de personalidades de la política tradicional que han ocupado o que ocupan cargos directivos en instituciones deportivas se extienden en el espacio y el tiempo. Esta doble pertenencia, como político y dirigente deportivo, no es un rasgo exclusivo del fútbol ecuatoriano.

No obstante, el fútbol ecuatoriano tiene una particularidad: los políticos que quieren ejercer funciones directivas en las instituciones deportivas deben ser elegidos por y entre sus afiliados. La vía para acceder a los puestos de conducción es la intervención en los procesos electorales, que son voluntarios y convocan a miles de asociados.

Discutir sobre la politización del fútbol implica reponer los significados que tiene la política desde el punto de vista de los protagonistas de dicho espacio. Para comprender las singularidades de la politización, nos centramos en tres aspectos estrechamente conectados: el funcionamiento del campo político de las instituciones deportivas, la circulación y doble pertenencia de los políticos que actúan simultáneamente en el fútbol y en alguno de los ámbitos de la política tradicional y, finalmente, las prácticas y estrategias que se desarrollan durante el tiempo electoral.

6.1.1.1. Apuntes sobre el campo político

Los dirigentes juegan en un espacio que está signado por la competencia con sus adversarios. Quienes gobiernan el club traban luchas constantes contra los representantes de las agrupaciones políticas rivales que tienen como meta acceder al poder político que ellos ostentan. De esta forma, oficialistas y opositores ponen en juego sus habilidades para mantener o ganar posiciones en el terreno. El campo político es un campo de tensión, donde se producen luchas y discusiones, alianzas y oposiciones; es, en palabras de (Bourdieu, 2020), “el lugar en que se generan, en la competencia entre los agentes que en él se encuentran involucrados, productos políticos, problemas, programas, análisis, comentarios, conceptos, acontecimientos, entre los cuales los ciudadanos comunes, reducidos al estatuto de ‘consumidores’, deben escoger”.

6.1.1.2.Circulación de elites y entrelazamiento de campos

Los políticos reconocidos de distintos niveles de la política tradicional pueden otorgar su apoyo a un candidato, así como también presentarse ellos mismos como aspirantes a los puestos directivos. Es común observar personalidades de otros campos que se involucran como protagonistas en el escenario institucional en virtud del reconocimiento adquirido previamente. Ellos reconvierten su fama y prestigio en recursos útiles para intervenir en el deporte. Así, en las listas de candidatos encontramos a socios notables, como artistas, conductores de televisión, sindicalistas o funcionarios, entre otros. El reconocimiento sirve como plataforma para sortear rápidamente los obstáculos que se les presentan a los socios que quieren acceder al poder y gozan de menos visibilidad.

Los políticos que consiguen ocupar puestos de dirección en un club de fútbol generan una doble pertenencia: en representación de la institución y en representación del espacio del que provienen. Ellos agilizan la articulación entre dichos espacios sociales; articulación que está constituida por aquellos mecanismos conectivos que funcionan entre los distintos componentes de un sistema social y que canalizan la transmisión de la acción social y la circulación de bienes y servicios.

6.1.1.3.Prácticas y estrategias de la política electoral

La hinchada de los equipos de la ciudad de Loja que son en gran parte familiares y amigos de los jugadores brindaron su apoyo al candidato de la agrupación política tradicional del club, mientras que el referente de un barrio de la hinchada. Desde allí, transmitían por un altavoz el tema musical de la campaña de su candidato. Los hinchas solían mezclarse entre el público para repartir los folletos con la foto del político y su proyecto de gobierno. Mientras estos

realizaban un trabajo de mayor exposición, los sindicalistas se limitaron a hacer pintadas y a colgar pasacalles en las vías de acceso a los recintos deportivos.

Los hinchas realizan tareas altamente valoradas en la división del trabajo político, convirtiéndose en valiosos aliados de los dirigentes. Por ejemplo, son convocados por los candidatos para realizar tareas tales como pintar las paredes de la ciudad con el nombre del aspirante a la presidencia de la institución deportiva. Esto implica no solo el hecho de pintar y producir una inscripción política, sino también apropiarse de las paredes pintadas por el grupo del candidato opositor para imprimir un nuevo texto. La apropiación de las paredes ajenas y la defensa de las propias pueden generar entre los integrantes de los grupos rivales enfrentamientos físicos o acuerdos de una división territorial del espacio. En caso de enfrentamiento, los hinchas muestran sus habilidades en la lucha y las destrezas corporales adquiridas y ejercitadas en los combates contra las hinchadas rivales.

No obstante, los hinchas no se destacan solo por el aguante, sino también por su capital social. Los hinchas bien posicionados en la estructura jerárquica de la hinchada tienen la capacidad de movilizar recursos entre los sectores que conectan. Los hinchas mediadores pueden responder al llamado de candidato para volcar hacia él los votos de otros hinchas.

6.1.1.4. Palabras finales sobre la politización

La política, lejos de ser un fenómeno que invade y contamina el campo futbolístico, es un elemento que lo constituye dinámicamente, en estas dimensiones nos permitió mostrar cómo la política es parte constitutiva del estado actual del campo del fútbol. Asimismo, reflexionar sobre la relación entre el fútbol y otros espacios sociales no tuvo como finalidad pensar en la existencia

de universos estancos, autónomos y separados, sino en los múltiples cruces, intersecciones y profundidades de una realidad compleja que se puede dividir analíticamente en campos.

El fútbol es una arena simbólica privilegiada donde pueden leerse rasgos de nuestra sociedad. En este sentido, el trabajo deja un desafío: buscar las continuidades y las rupturas entre los procesos políticos de los clubes y aquellos que signan la política de un ámbito más amplio; comparación que no debería perder de vista la especificidad que tiene la política en dichos equipos de la ciudad de Loja.

Cuadro No 4

Factores Políticos

VENTAJAS - OPORTUNIDADES	DESVENTAJAS - AMENAZAS
Más recursos para las federaciones en cada certamen, así como auspicios	Intervención de la política en el deporte
Propuestas significativas para mejorar el futbol en el país y la ciudad de Loja	Dirigentes de fútbol asociados a partidos políticos que no participarían en torneos de otros partidos
Convenios municipales para el traslado de los equipos de diferentes ciudades a una sede	Posibles conflictos dentro del certamen por diferencia de criterios políticos
Prestación de complejos deportivos públicos como coliseos para albergar torneos como futbol sala	La política y el fútbol en su mayoría no funcionan juntos

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Factores Investigación Directa

6.1.2. Factores Sociales

Los aspectos sociales que se relacionan con el fútbol son por ejemplo la relación humana que hay en cada equipo de fútbol y que hay de cada miembro del equipo hacia sus compañeros o integrantes de este, como la forma en que estén dispuestos a tener una personalidad y mente positiva dispuesta a cooperar con los demás como dirigir, cooperar y comunicarse uno con el otro.

También estos tienen que tener un aspecto competitivo en el sentido de día a día ser mejor como jugador de fútbol y como miembro de su equipo y volverse una sociedad muy competitiva para de esta manera ganar y triunfar. También se muestra un factor social en el hecho de tomar decisiones del equipo con la razón, tanto como de los jugadores como del técnico o director y entrenador.

El fútbol, sobre todo los jugadores, forjan voluntades socializadoras sobre todo en los jóvenes. Son estrellas del momento, una buena forma de movilidad social, de posibilidad de ocupar espacios de clase alta. Hay cosas buenas en el factor social como también malas, por ejemplo, la violencia en el deporte en donde dos equipos pueden llegar a una gran rivalidad y volverse en violencia, también en los partidos cuando uno le hace una falta a el otro hay veces se presentan peleas, no solo entre los jugadores pero que también incluyen a los árbitros. El fútbol tiene un gran impacto social porque puede verse como un instrumento en el cual se refuerzan valores como el patriotismo esto hace que la gente se una cuando se grita a "Gol", ya sea en el estadio o en casa, en el radio carro.

Elimina tensiones sociales con otras personas, también social mente atrae turistas a la ciudad para ver un partido. Pero también social mente las personas tienen un comportamiento dependiendo de su equipo de si ganan o si pierden puede ser de decepción, furia, enojo, todo esto puede generar violencia, pero si gana nos une más como ciudad hay respeto, lealtad hacia el equipo. También hay sociedades que ven el fútbol como si fuera una religión.

(Lopez, 2016) manifiesta que:

Los factores sociales también influyen en la intensidad y duración del estrés. Se suele pensar que el estrés es un fenómeno interno al individuo que guarda relación únicamente con aspectos relacionados con el yo

Sin embargo, el jugador no es una isla. Los factores ambientales más importantes que modulan el estrés son:

6.1.2.1. Apoyo del equipo

Se refiere al conjunto de estímulos que recibe el jugador de sus compañeros de equipo. En esta categoría también se incluyen los apoyos que el futbolista recibe del entrenador, presidente o demás miembros del cuerpo técnico. A mayor número de menores serán los efectos negativos del estrés. El entrenador y el capitán del equipo son los máximos responsables de mantener un buen ambiente dentro del grupo. Los equipos que están cohesionados son menos vulnerables al estrés competitivo. Por el contrario, en los equipos que existen conflictos internos los jugadores sufrirán con mayor intensidad los efectos perjudiciales del estrés.

6.1.2.2. Apoyo social

Se refiere al conjunto de estímulos que recibe el futbolista de su red social (familiares, amigos, afición y medios de comunicación). Los efectos de este factor son similares a los ya vistos en el apoyo del equipo. Especial importancia tienen los apoyos del entorno más cercano e influyente. Contar con el apoyo de los seres más queridos es fundamental para minimizar los efectos negativos de las situaciones estresantes. Por el contrario, no contar con el apoyo de la afición se puede convertir en un foco de estrés competitivo en sí mismo. Por ejemplo, cuando un jugador es pitado por su propia afición cada vez que comete un error. El entrenador debe tener en cuenta este tipo de situaciones e intentar, en la medida de lo posible, evitarlas.

6.1.2.3. Estereotipos

Nos referimos al conjunto de ideas aceptadas comúnmente por una sociedad con carácter inmutable. Los estereotipos están íntimamente relacionados con la cultura y las normas morales.

Las estrategias de afrontamiento del estrés se verán facilitadas o dificultadas en función de la valencia positiva o negativa de los estereotipos con los que cuente el jugador. Los estereotipos van a influir en todo el proceso de afrontamiento del estrés. Se puede ver condicionada la percepción de la situación potencialmente estresante en cuanto a la probabilidad de ocurrencia de un hecho en concreto. También puede influir sobre la valoración subjetiva de determinados acontecimientos. Los estereotipos se consideran factores sociales porque su origen es cultural, aunque no todas las personas poseen los mismos estereotipos a pesar de estar influidas por las mismas condiciones ambientales.

Conviene no infravalorar la influencia que los factores sociales tienen sobre el rendimiento y la salud. El entrenador debe mostrar interés sobre todo lo que rodea al jugador

como persona. A través de la confianza, irá conociendo los aspectos más íntimos de sus jugadores. De esta forma podrá intervenir sobre los factores sociales potencialmente estresantes.

El estrés, en definitiva, es un proceso de adaptación al medio natural. Es decir, es normal y deseable que el jugador esté tenso antes de una competición e incluso durante los entrenamientos. Sin embargo, cuando las situaciones estresantes son demasiado intensas la activación óptima deseable se transforma en trastornos psicossomáticos perjudiciales para la salud y el rendimiento. Los estados de falta de activación o niveles bajos también son perjudiciales para el rendimiento, aunque no para la salud.

Los trastornos psicossomáticos más frecuentes que provocan el estrés son:

- Disminución de la atención y la concentración.
- Aumento de la sensación de fatiga.
- Si el futbolista no hace caso a estos primeros síntomas y continúa.

Por último, recordar que las consecuencias negativas del estrés son multifactoriales y dependen tanto de las características de las fuentes de estrés como de la elección de las estrategias de afrontamiento que realicen los jugadores.

6.1.2.4. Problemas Sociales en la ciudad de Loja

Previo a la participación en la Copa Venus en la ciudad de Loja (Ontaneda, 2021) en la conferencia sobre Liderazgo y Fútbol Masculino declaró que el fútbol en Loja refleja

exactamente lo que sucede en Ecuador agregando que considera normal que el futbol masculino tenga un desarrollo mayor en las ciudades de la costa y no así en la sierra.

“Creo que el fútbol refleja muy bien los problemas sociales. No me extraña que algunos de jugadores de la sierra ofrecieron un gran rendimiento en las primeras ediciones de los clasificatorios de Corporación Salcedo Castro, pero a su vez, estos no son llevados a los equipos de primer nivel a nivel nacional, porque es de poco interés los equipos de la sierra en comparación a los de la costa”.

El dirigente también señaló que, a pesar de los esfuerzos, aun no se ha logrado la plena participación de todos los jugadores de diferentes regiones en el deporte en general: “No existe la participación suficiente, pero está mejorando. Se necesitarán diligencia, laboriosidad y persuasión continuas por parte de todos aquellos que están dispuestos a conseguirlo y que entienden que, con ello, no sólo mejoraríamos la participación de los lojanos, sino también el deporte en general”.

6.1.2.5.Fútbol para la integración social

La (FIFA, 2014) manifiesta:

“El fútbol es un juego colectivo, en el que hay que respetar reglas, al igual que en nuestras vidas, nuestra sociedad y nuestros empleos, trabajamos los valores del fair play, la puntualidad, la humildad, el respeto, el espíritu de equipo, la superación. Con el fútbol extraemos muchas lecciones, y eso se refleja en la vida de quienes participan en el proyecto”.

Cuadro No 5
Factores Sociales

Tabla 4

VENTAJAS - OPORTUNIDADES	DESVENTAJAS - AMENAZAS
Oportunidad de que cualquier jugador de diferente clase social tenga una oportunidad de representar a nuestro país	No existe la participación suficiente de jugadores de la sierra por la desigualdad de oportunidades con los de la costa
Aglutina a personas sin distingo de religión, ni nivel cultural para disfrutar de un evento deportivo	Dirigentes de fútbol asociados a partidos políticos que no participarían en torneos de otros partidos
El desarrollo de una personalidad dispuesta a la cooperación con los demás miembros del grupo, también es importante resaltar el aspecto competitivo, competir en y para la vida	Violencia en cancha de juego por la discriminación de jugadores de otros cantones o ciudades
El aspecto humano del jugador de fútbol debe sobresalir por encima de envidias, egoísmos, etc.	Existe racismo para escoger jugadores por parte de ojeadores, dirigentes y representantes en el Fútbol 7

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Factores Investigación Directa

6.1.3. Factores Económicos

(Vanguardia, 2021) manifiesta que:

Los problemas económicos derivados de la crisis mundial amenazan con la viabilidad del modelo actual del fútbol y la FIFA, máximo organismo del deporte rey, está estudiando un plan para salvar los problemas financieros de los clubs más afectados tras la pandemia y anuncia que desvelará los detalles en los próximos días.

Se calcula que las pérdidas de los equipos de fútbol rondan los 2,7 mil millones de dólares. Para analizar esta situación, el organismo ha creado un grupo de trabajo que se reunirá en las próximas fechas para detallar las fórmulas más eficientes de ayuda.

Se prevé que, en muchas partes del mundo, un número considerable de personas involucradas en el fútbol, incluidos hombres y mujeres, quedarán en condiciones económicas extremadamente difíciles.

Está previsto que esta semana el máximo organismo del fútbol realice más consultas con las asociaciones miembro de la FIFA, las confederaciones continentales y otras partes interesadas del fútbol. La gran mayoría de competiciones de fútbol permanecen paradas por la pandemia del coronavirus y competiciones del deporte rey de gran influencia económica como la Eurocopa o la Copa América han sido pospuestas para 2021. La buena salud financiera de la FIFA les obliga a ayudar a los más perjudicados, expresó el miembro del organismo.

Esta situación amenaza con alterar y afectar la capacidad de las asociaciones miembro de la FIFA y otras organizaciones de fútbol, como ligas y clubs, para desarrollar, financiar y ejecutar actividades de fútbol en todos los niveles del juego, incluidos los profesionales, no profesionales, juveniles y de base.

6.1.3.1. Crisis Económica en el Fútbol Ecuatoriano

(Muñoz, 2021) dice lo siguiente:

El fútbol ecuatoriano ha logrado avances significativos que se reflejaron en su desempeño internacional, en paralelo a importantes aumentos en sus presupuestos. Sin embargo, y a pesar de esta combinación de éxitos futbolísticos y boom económico, en 2020 se empiezan a manifestar cuatro elementos que configuran una crisis estructural: el populismo financiero que hace insostenible su economía; la falta de normas y transparencia en sus marcos institucionales; el aumento de la violencia que ahuyenta a los hinchas; y, finalmente, lo que comienza a percibirse como el debilitamiento de los buenos resultados de los últimos años. Frente a ello, parece más deseable una gestión democrática que la transformación de los clubs en sociedades anónimas.

En este inicio de siglo, el fútbol ecuatoriano ha logrado éxitos deportivos internacionales nunca antes vistos, tanto con sus selecciones como con sus clubs. Allí están las clasificaciones históricas a los mundiales de Corea-Japón y Alemania y la reciente al de Brasil, así como los triunfos internacionales de la Liga Deportiva Universitaria, entre los que se destaca el vicecampeonato mundial de clubs.

Correlativamente, también se observa un importante aumento del presupuesto de los clubes y de la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), que ha conducido a un crecimiento importante de la economía de este deporte: mientras la economía nacional creció en términos nominales— a una tasa promedio anual de 8%, la del fútbol lo hizo en alrededor de 12%; esto es, 1,5 veces más que el promedio del país.

Pero a pesar de los éxitos futbolísticos y del boom económico del fútbol ecuatoriano, en el año 2020 se empiezan a manifestar cuatro elementos que configuran una crisis estructural.

6.1.3.2.La situación económica: populismo financiero futbolístico

Si bien este monto de deuda es muy alto con respecto a los flujos anuales, lo que más llama la atención es su composición: préstamos de bancos para pagar deudas; montos impagos a futbolistas, cuerpos técnicos y personal administrativo; crecientes compromisos económicos con la FEF; facturas adeudadas a proveedores; juicios laborales perdidos o en proceso; no cancelación de los tributos propios como tampoco de los impuestos que cobran los clubes como agentes de retención del Estado (más de cinco millones de dólares) y no cancelación de las transferencias de los deportistas (la mayoría de las cuales son a corto y mediano plazo) a los clubes que los venden.

A ello se suman altos niveles de corrupción. La inadecuación de ingresos y egresos proviene de dos situaciones: por un lado, de lo que puede denominarse “populismo financiero futbolístico”, que se asienta en un directivo que es más hinchista que dirigente.

El objetivo es obtener campeonatos, por encima de los equilibrios presupuestarios y de la ausencia de transparencia en el manejo institucional. Por otro lado, la inadecuación proviene de la conversión de una institución sin fines de lucro (club) en un pretexto para que fideicomisos, grupos empresariales y agentes deportivos obtengan cuantiosos recursos económicos.

6.1.3.3. Crisis Económica en la ciudad de Loja

En varios equipos, dirigentes considerados exitosos en otras actividades, han tomado a cargo los clubes con la promesa de modernizarlos, pero en la mayoría de los casos esos experimentos han sido fallidos. Por perseguir el éxito no siempre logrado, estos dirigentes han dejado a los equipos en una situación patrimonial raquítica, cosa que en otras actividades les habría costado el cargo y eventualmente el patrimonio personal.

Tal vez el populismo financiero en el fútbol lojano sea un reflejo de lo que ocurre en el ámbito nacional en otra escala. Los clubes de Loja hacen esfuerzos para conservar a algunos jugadores de alta calidad y, para ello, deben competir en alguna medida con los importadores equipos de Loja: 80 F.C., Loja City, FC Galas. En ese sentido, se podría sostener que la globalización o mundialización del fútbol, siguiendo la Teoría de la Dependencia, es inequitativa, porque los recursos económicos, las técnicas de mercadeo más desarrolladas, el dominio de los medios de comunicación, etc., están controlados por las empresas auspiciantes.

Cuadro No 6

Factores Económicos

VENTAJAS - OPORTUNIDADES	DESVENTAJAS - AMENAZAS
Una fuente de ingreso para dirigentes, entrenadores y jugadores de la ciudad de Loja	El interés por el dinero y no por representar a nuestro país
Oportunidad de empleo para árbitros, ayudantes de cancha y organizadores	La desigualdad económica en los equipos participantes
Trasposos económicos de club a club por el jugador	El riesgo de no poder trasladarse a jugar los clasificatorios Nacionales de Futbol 7
Incentivos económicos por los diferentes auspicios que están relacionados a la Federación Ecuatoriana de Futbol 7	Talentos jóvenes adquiridos por anticipación sin firmar ningún contrato ni beneficios de ley

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Factores Investigación Directa

6.1.4. Factores Ambientales

(Hora32, 2020) manifiesta que:

Tras los encuentros de fútbol post pandemia en el país, se generaron toneladas de basura en los estadios y complejos deportivos e incluso en sus alrededores, según informó la Secretaría de Deporte.

Esta cifra, comparada con los desechos que generan los campeonatos en otros países son alarmantes porque tienen alternativas para proteger el medio ambiente como tachos de basura, baños en perfecto estado y hasta coordinación con ambulancias.

El fútbol, como todo deporte, es en general muy saludable, aunque exigente, tiene limitaciones esenciales en cuanto al contacto físico, lo que lo hace relativamente poco agresivo y, como muchos otros deportes, atrae a millones de fanáticos.

El asunto de esta actividad es el impacto que conlleva llevar a cabo los partidos, que desde hace muchos años es un muy buen negocio y, como tal, es explotado por empresas, federaciones y dueños de equipos para el disfrute de los fanáticos.

6.1.4.1.Los impactos ambientales en los torneos nacionales y locales

Poco es lo publicado respecto a las consecuencias negativas que tienen estos eventos sobre el ambiente, que queda opacado por los aspectos del deporte en sí.

Por ejemplo, no se toma en cuenta lo que significa atender un estadio con 12000 como el “Reina del Cisne” de la ciudad de Loja, el gasto energético que implica, el material que se reparte, lo que consumen estas personas y por supuesto los desechos que generan.

6.1.4.2.Previsiones para cada clasificatorio

Se sabe que en Ecuador están haciendo esfuerzos considerables para integrar las energías renovables en las operaciones de algunas de sus sedes para cada clasificatorio Nacional; paneles solares que asumen un porcentaje del consumo de los estadios y complejos deportivos. Esto es muy bueno, pero no suficiente.

En eventos de gran escala uno de los mayores problemas es el manejo de los desechos y la verdad es que en la mayoría de los casos estos terminan siendo basura.

6.1.4.3.El Futbol y el Covid 19

(Telegrafo, 2021) manifiesta que:

Finalizado el 2020, entramos a transitar un 2021 de pandemia, nos enfrentamos a las tendencias que marca un reciente informe elaborado por la empresa Euromerica Sport Marketing, que releva con un análisis exhaustivo, el futuro en la industria del deporte. La industria deportiva genera el 2.90% del empleo en la Unión Europea y cerca del 2.9% de su PIB, tras el periodo de la covid-19.

Las pérdidas económicas para este 2021, en la actual situación mundial es desalentadora en las cifras proyectadas. La caída neta económica es alarmante, podría acercarnos a niveles de facturación por debajo del 35% por debajo de los números del alicaido 2020. Dicho porcentaje crece hasta triplicarse en el continente americano.

El factor físico, como los eventos de las grandes finales, por ejemplo, constituyen y seguirán aun vivos por un largo tiempo, lo que es parte prioritaria para la monetización de las propiedades deportivas y las marcas patrocinantes del deporte.

Las instalaciones deberán adaptarse a un nuevo esquema de uso, no solo a la famosa distancia social, se deberán pensar, más temprano que tarde el poder ofrecer diferentes tipos de experiencia para las activaciones de patrocinio, por ejemplo, como mínimo lo visto en 2020 han sido muy poco de experiencias.

La situación actual deberá consolidar el impulso de un nuevo vínculo social, en el sector del fútbol, ya sea para los patrocinadores, hoy en crisis, ante la extensión del virus, en espera de la vacuna mágica, lo cual dejó fuertes sellos de pérdida en la preponderancia de su visibilidad de marca y de activaciones de monetización.

La innovación es más necesaria y se deberá impulsar, sin duda, un nuevo y universal modelo de negocio para los clubes, profundizando por un lado en las fuentes de ingresos y de valor añadido empresarial y, al mismo tiempo, diversificando el riesgo, sin descuidar una mayor racionalización en la estructura de costos.

Debemos comprender que el fútbol se vive de forma intensa en la gran mayoría de momentos de la vida, al igual que otros deportes menos populares, pero que también movilizan masas. Es prioridad entender el diseñar nuevos modos de patrocinio, ya no solo al referirnos al fan/aficionado, sino que será preciso profundizar en el casual fan, el que también está interesado como una experiencia y no como conclusión de una actividad y un resultado puramente deportivo.

En definitiva, el escenario “post” covid-19” presentará, sin duda, cambios, algunos de ellos aceleradas. La economía en la industria deportiva, hasta el momento, será dañada como en 2020. No obstante, el interés de la población por el fútbol no disminuirá.

Cuadro No 7

Factores Ambientales

VENTAJAS - OPORTUNIDADES	DESVENTAJAS - AMENAZAS
Programas educativos estatales para concientizar el cuidado de espacios públicos	El miedo a infectarse por el Covid 19 afecta en el aspecto psicológico de cada dirigente y jugador
Hacer deporte seguro bajo medidas de seguridad en pandemia y post pandemia	La poca educación de cuidar el medio ambiente como por ejemplo poner la basura en tachos de basura, etc.
El buen uso de espacios de áreas verdes para deporte	El desinterés que existe en controlar que se cumplan las medidas de seguridad exigidas por la Liga Nacional de Fútbol 7

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Factores Investigación Directa

6.1.5. ENCUESTA APLICADA A DIRIGENTES PARTICIPANTES EN LOS CLASIFICATORIOS DE FUT 7 DE TORNEOS SALCEDO CASTRO

Para realizar el análisis externo se aplicó una encuesta con los datos obtenidos de los factores externos, como es una población pequeña que no sobrepasa los 4 dirigentes en el análisis externo y 28 jugadores en el análisis interno, no se utiliza la fórmula estadística para estratificar la muestra, por lo tanto, se trabaja con una población de 4 dirigentes.

➤ **Dirigente:** Alexander Chalaco

Correo Electrónico: alexanderjavierchalacovilla@gmail.com

➤ **Dirigente:** Andy Ordoñez

Correo Electrónico: andyariel010997@gmail.com

➤ **Dirigente:** Fernando Ocampo

Correo Electrónico: feroxocampo@hotmail.com

➤ **Dirigente:** Iván Carreño.

Correo Electrónico: ivanalberto1990@gmail.com

6.1.5.1. Encuesta Análisis Externo

1) ¿Cree que la Federación de fútbol en Loja apoya los nuevos talentos lojanos en las Competiciones Nacionales?

Cuadro No 8

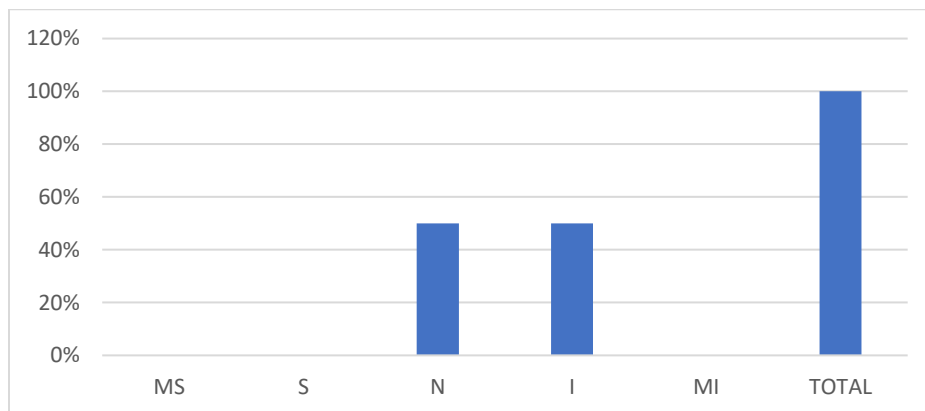
La federación de Loja apoya los nuevos talentos Lojanos

Calificación	Porcentaje	Cantidad	
Muy Satisfactorio	0%	0	3
Satisfactorio	0%	0	2
Neutro	50%	2	1
Insatisfactorio	50%	2	2
Muy Insatisfactorio	0%	0	3
TOTAL	100%	4	

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico No 1



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Trabajo de Investigación

Análisis: De los cuatro encuestados, dos que corresponden al 50% creen que el apoyo de la Federación de fútbol de Loja en los clasificatorios nacionales es insatisfecho y los otros dos que es neutro.

2) ¿Cómo calificaría el apoyo de las autoridades de la Ciudad de Loja en el Fútbol 7?

Cuadro No 9

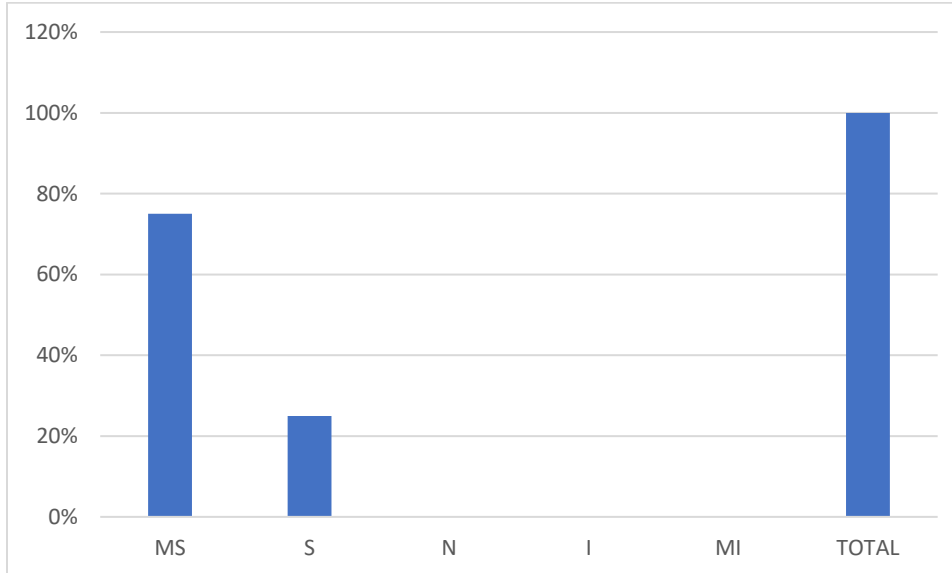
Apoyo de las Autoridades al FUT7

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	75%	3
Satisfactorio	25%	1
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 2



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: El 75% de los encuestados manifiestan que el apoyo de las autoridades en el fútbol 7 es muy satisfactorio y un 25% que es satisfactorio.

3) ¿Qué tan viable es el auspicio que las empresas privadas del cantón Loja brinda a los equipos?

Cuadro No 10

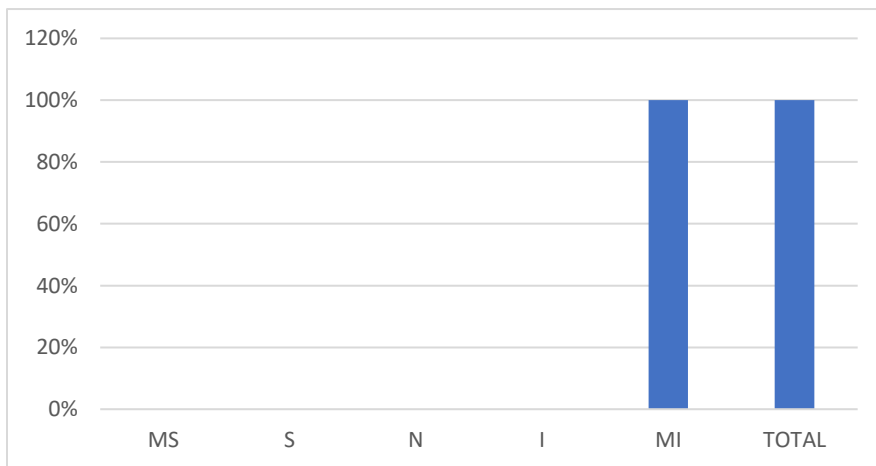
Auspicios de las empresas privadas a los equipos

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	100%	4
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 3



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: El 100% de los encuestados creen que no es viable que las empresas privadas auspicien los equipos en los clasificatorios.

4) **¿Cómo calificaría el aporte del Ilustre Municipio de Loja en los eventos deportivos del Cantón Loja?**

Cuadro No 11

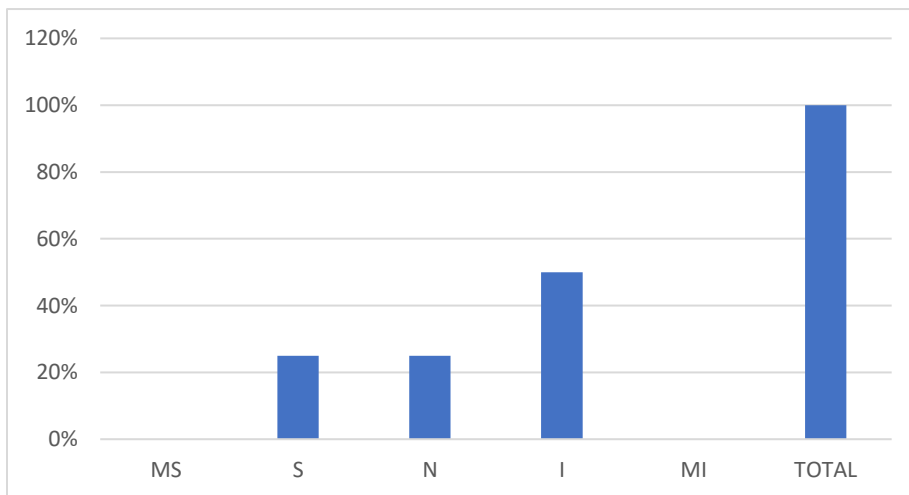
¿Aporte del Municipio de Loja a los eventos deportivos

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	25%	1
Neutro	25%	1
Insatisfactorio	50%	2
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 4



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: El 50% de los encuestados creen que el apoyo del Municipio de Loja en los eventos deportivos del cantón Loja es insatisfecho y el 25% es satisfactorio y neutro.

5) Para usted las canchas deportivas donde se realizan los clasificatorios Nacionales de FUT 7 son:

Cuadro No 12

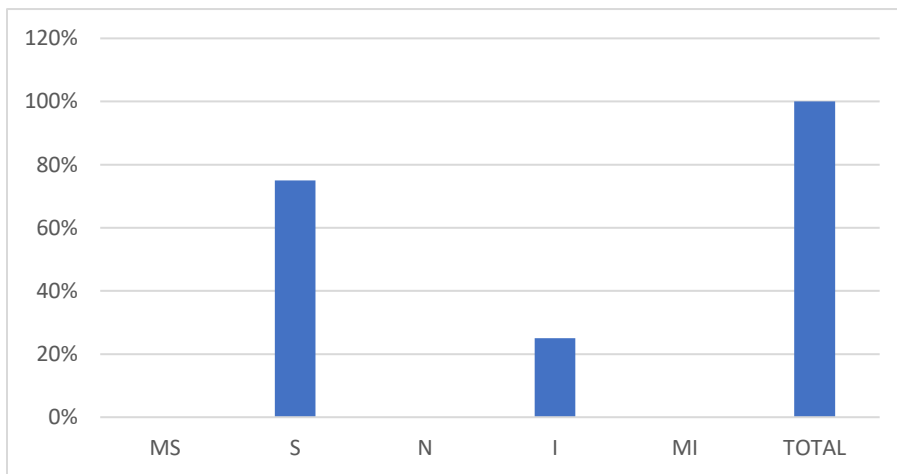
Estado de las Canchas Sintéticas

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	75%	3
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	25%	1
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 5



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 75% de los encuestados las canchas deportivas en donde se realizan los clasificatorios son satisfactorias y solo un 25% dice que son insatisfechas.

6) ¿Cómo considera la intervención de la política en el deporte?

Cuadro No 13

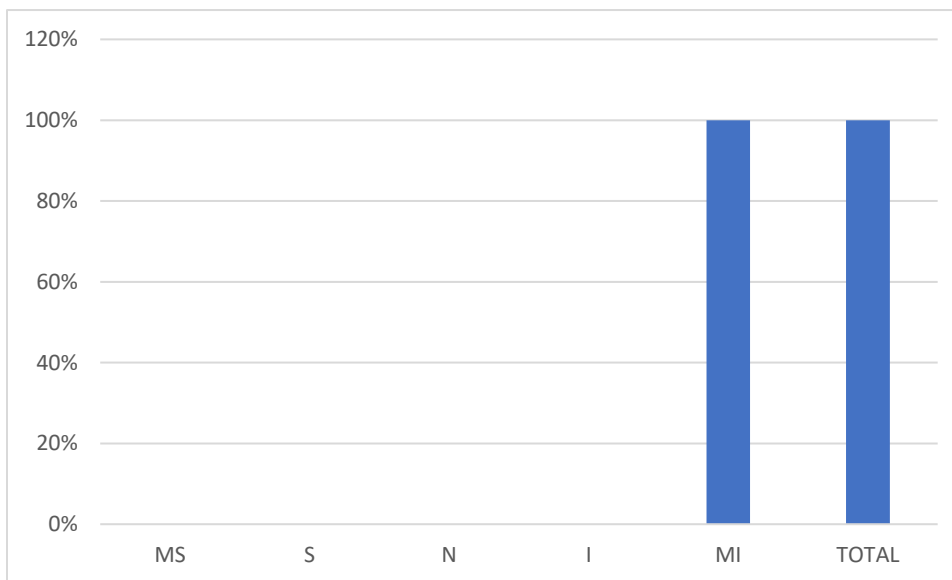
Intervención política en el deporte

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	100%	4
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 6



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: El 100% de los encuestados creen que la intervención de la política en el deporte es muy insatisfactoria.

7) ¿Cómo calificaría la oportunidad que tienen los jugadores Lojanos de mostrar su talento a nivel Nacional?

Cuadro No 14

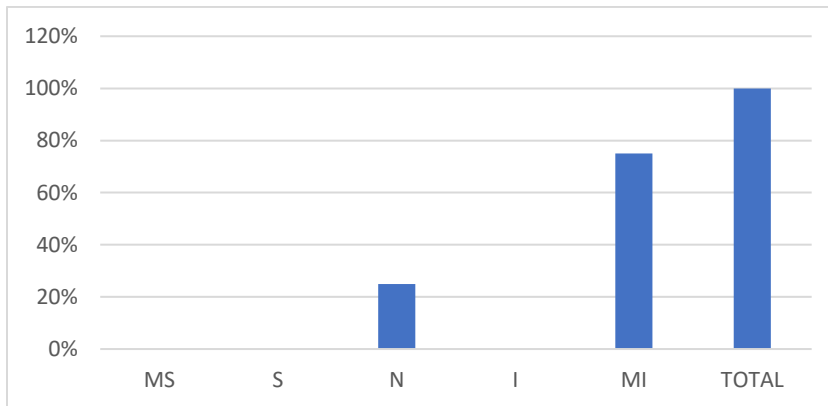
Oportunidad de los talentos lojanos en mostrar su talento

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	25%	1
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	75%	3
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 7



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: El 75% de los encuestados manifiestan que la oportunidad que tienen los talentos lojanos en mostrar su talento a nivel nacional es muy insatisfactoria y el 25% que es neutro.

8) ¿Cómo calificaría la participación de los jugadores lojanos en los torneos Nacionales?

Cuadro No 15

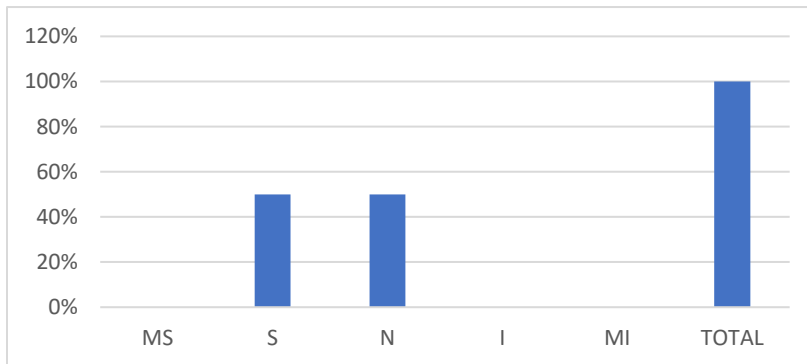
Participación de lojanos en torneos nacionales

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	50%	2
Neutro	50%	2
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 8



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: De los encuestados el 50% manifiestan que la participación de los talentos lojanos en los clasificatorios nacionales es satisfactorio y el otro 50% que es neutra.

9) ¿Cómo calificaría el ingreso económico en los clasificatorios Nacionales en los que participa su equipo?

Cuadro No 16

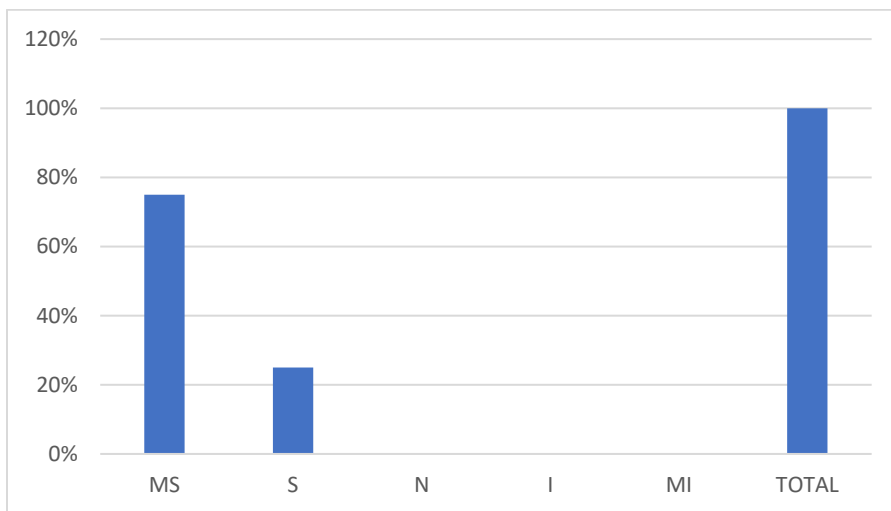
Ingreso económico por participar en los Clasificatorios

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	75%	3
Satisfactorio	25%	1
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 9



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 75% de los encuestados los ingresos económicos de los equipos al participar en cada clasificatorio es muy satisfeco y el otro 25% cree que es satisfactorio.

10) Para usted, el costo de trasladar a su equipo a jugar cada clasificatorio de Futbol 7 es:

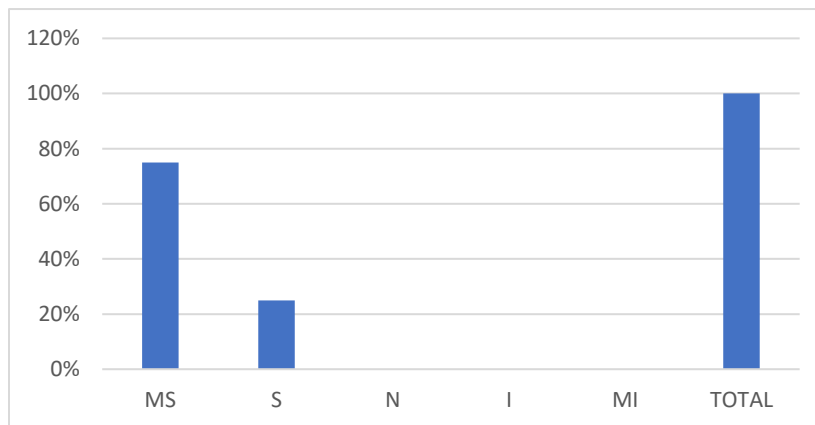
Cuadro No 17
Costo de traslado del equipo

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	75%	3
Satisfactorio	25%	1
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 10



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 75% de los encuestados el costo de trasladar al equipo en cada clasificatorio es muy satisfactorio y el otro 25% es satisfactorio.

11) Para usted los incentivos económicos de cada torneo de Fútbol 7 es:

Cuadro No 18

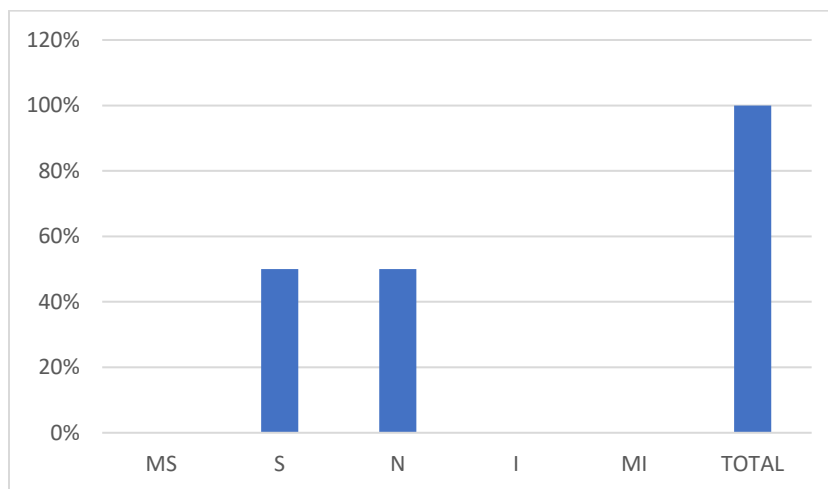
Incentivo Económico de los torneos de FUT 7

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	50%	2
Neutro	50%	2
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 11



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 50% los incentivos de cada clasificatorio son satisfactorios y el otro 50% creen que es neutro.

12) ¿Cómo calificaría los programas estatales de cuidado y prevención del COVID 19 en eventos deportivos?

Cuadro No 19

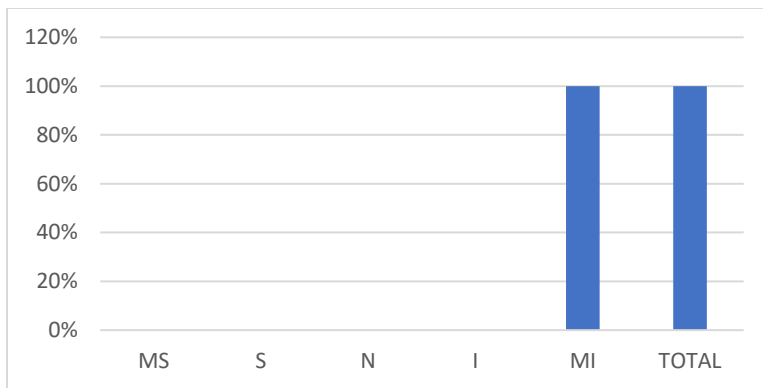
Programas estatales de cuidado y prevención del COVID

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	100%	4
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 12



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 100% de los encuestados los programas estatales de cuidado y prevención del Covid 19 en los eventos deportivos son muy insatisfactorios.

13) El trabajo de las autoridades para prevenir el contagio de COVID 19 para usted es:

Cuadro No 20

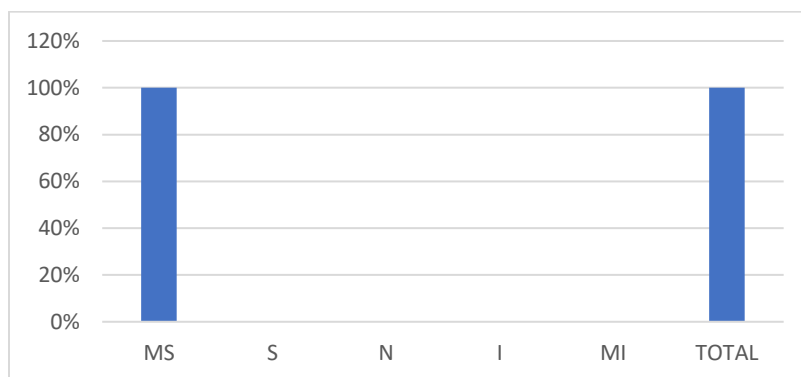
El trabajo de las autoridades para prevenir el contagio de COVID 19 para usted es:

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	100%	4
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	4

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 13



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Análisis: Para el 100% de los encuestados creen que el trabajo de las autoridades para prevenir el Covid 19 es satisfactorio.\

Cuadro No 20

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE FACTORES EXTERNOS		
PREGUNTAS	VALOR	Porcentaje
1. Cree que la Federación de Fútbol en Loja apoya los nuevos talentos Lojanos en las competencias Nacionales?		
2. Cómo calificaría el apoyo de las autoridades de la Ciudad de Loja en el Fútbol 7?	3	15,00%
3. Qué tan viable es el auspicio que las empresas privadas del cantón Loja brinda a los equipos?		
4. Cómo calificaría el aporte del Ilustre Municipio de Loja en los eventos deportivos del Cantón Loja?	1	5,00%
5. Para usted las canchas deportivas donde se realizan los clasificatorios Nacionales de FUT 7 son:	2	10,00%
6. Cómo considera la intervención de la política en el deporte?		
7. Cómo calificaría la oportunidad que tienen los jugadores Lojanos de mostrar su talento a nivel Nacional?	1	5,00%
8. Cómo calificaría la participación de los jugadores lojanos en los torneos Nacionales?	2	10,00%
9. Cómo calificaría el ingreso económico en los clasificatorios Nacionales en los que participa su equipo?	3	15,00%
10. Para usted, el costo de trasladar a su equipo a jugar cada clasificatorio de Fútbol 7 es:	3	15,00%
11. Para usted los incentivos económicos de cada torneo de Fútbol 7 es:	2	10,00%
12. Cómo calificaría los programas estatales de cuidado y prevención del COVID 19 en eventos deportivos?		
13. El trabajo de las autoridades para prevenir el contagio de COVID 19 para usted es:	3	15,00%
TOTAL	20	100,00%

Elaborado: El autor

Fuente: Encuestas (Directivos)

Cuadro No 21 MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS

MATRIZ EFE				
Factores críticos de éxito	FACTOR	PESO	Valor	Ponderado
OPORTUNIDADES				
2. Cómo calificaría el apoyo de las autoridades de la Ciudad de Loja en el Fútbol 7?	Político	0.15	3	0.45
5. Para usted las canchas deportivas donde se realizan los clasificatorios Nacionales de FUT 7 son:	Social	0.1	2	0.2
8. Cómo calificaría la participación de los jugadores lojanos en los torneos Nacionales?	Social	0.1	2	0.2
9. Cómo calificaría el ingreso económico en los clasificatorios Nacionales en los que participa su equipo?	Económico	0.15	3	0.45
10. Para usted, el costo de trasladar a su equipo a jugar cada clasificatorio de Fútbol 7 es:	Económico	0.15	3	0.45
11. Para usted los incentivos económicos de cada torneo de Fútbol 7 es:	Económico	0.1	2	0.2
13. El trabajo de las autoridades para prevenir el contagio de COVID 19 para usted es:	Ambiental	0.15	3	0.45
AMENAZAS				
4. Cómo calificaría el aporte del Ilustre Municipio de Loja en los eventos deportivos del Cantón Loja?	Político	0.05	1	0.05
7. Cómo calificaría la oportunidad que tienen los jugadores Lojanos de mostrar su talento a nivel Nacional?	Social	0.05	1	0.05
TOTAL		1	20	2.5

Es necesario realizar un análisis de los factores externos, por lo que se pudo concluir que las oportunidades son mayores con 2.40 puntos ponderados, con relación a las amenazas que son 0.1, lo que nos indica que los jugadores de futbol 7, tienen la oportunidad de promocionarse a otros equipos a nivel nacional, lo que generaría tener mejores incentivos en el campo deportivo.

6.2. Análisis de Factores Interno

6.2.1. Antecedentes

6.2.1.1. Corporación Salcedo Castro

Corporación Salcedo Castro nace el 27 de diciembre del año 2017 con el nombre de Torneos Salcedo Castro con 2 miembros el Ing. Hugo Noé Salcedo Jaramillo con CI: 1101364485 y el Sr. Hugo Andrés Salcedo Castro con CI: 1104064694.

Empezan haciendo campeonatos locales como el Indor del Barrio “La Pradera” 2018, el Mundial de Clubes Ecotel Tv, El Mundial de Césped Sintético Diario La Hora y el Campeonato Interinstitucional Diario Crónica de la Tarde.

Se firman convenios con los siguientes medios de comunicación: Ecotel Tv, Diario La Hora, Diario Crónica de la Tarde, Radio Loja, Radio Centinela del Sur, Radio Matovelle, Radio La Hechicera para hacer un Campeonato al año con cada uno de los medios de comunicación y a su vez estos se comprometen a cubrir todos los eventos deportivos de Corporación Salcedo Castro todos los años.

En el año 2020 Corporación Salcedo Castro aumenta sus miembros con la Lic. Fanny Salcedo Jaramillo y la Dra. Graciela Salcedo Jaramillo, quienes se encargaban de la parte financiera de Corporación Salcedo Castro, a mediados de ese año se comunican los miembros del IFA 7 Nacional para realizar torneos clasificatorios en la ciudad de Loja donde el Campeón representa a la ciudad de Loja en los Nacionales de Quito, Guayaquil y Cuenca para la preselección de los mundiales que se realizan en los diferentes países del mundo.

Empezando con 40 equipos el Campeón sale a representar a Loja en Quito donde si bien cierto no llega a campeonar, pero jugadores lojanos como Ramiro Arévalo y Andy Ordoñez son

preseleccionados a la selección de Ecuador para representar al País en el Mundial de FUT 7 en Italia.

Por la representación de estos Loja es llegada a conocer en el país por estos torneos y se llega a un convenio con el IFA 7 para realizar campeonatos pre clasificatorios en Loja donde el Campeón sale a jugar en cualquier parte del país representando a Loja, teniendo como auspiciantes a los medios de comunicación de Loja, así como casas deportivas, y empresas Lojanas que auspician cualquier Campeonato que realice Corporación Salcedo Castro.

6.2.1.2.Misión

“Crear torneos de alto nivel deportivo y organizativo en la ciudad de Loja”

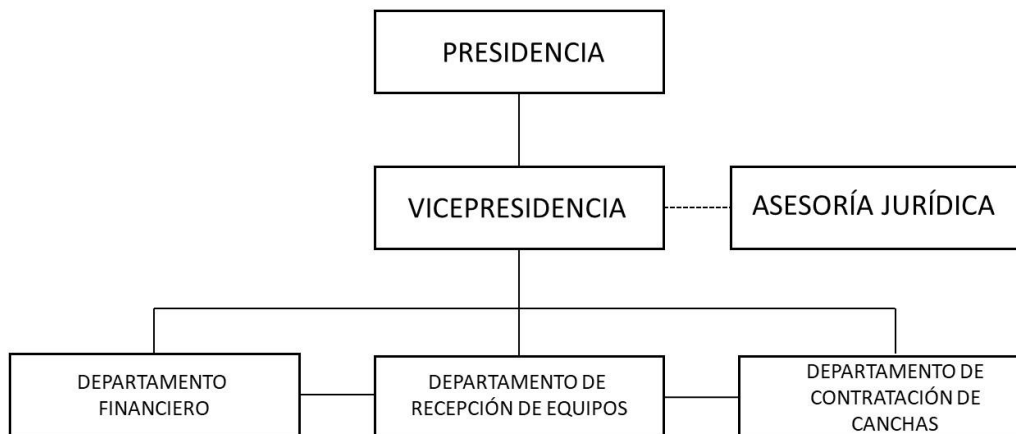
6.2.1.3.Visión

“Convertirnos en un torneo de referencia en fútbol base con alcance nacional y detalles diferenciadores a nivel deportivo, organizativo y de servicios.”

6.2.1.4.Organigrama de la Empresa

La estructura organizacional es donde se da a conocer las actividades que están agrupadas en un trabajo, es por el cual se identifica la organización, la dirección y el control de la empresa “Corporación Salcedo Castro”.

Gráfico No 14
Organigrama Estructural
Corporación Salcedo Castro



Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Corporación Salcedo

6.2.1.5. Descripción del Cargo

Cuadro No 22
Funciones de los empleados de la
Corporación Salcedo - Castro

PRESIDENCIA	Toma todas las decisiones sobre los torneos anuales clasificatorios que realiza Corporación Salcedo Castro
VICEPRESIDENCIA	Colabora con el presidente sobre los torneos anuales clasificatorios que realiza Corporación Salcedo Castro
ASESORÍA JURÍDICA	Elabora el Reglamento Interno de cada competición
DEPARTAMENTO FINANCIERO	Cobro de Inscripciones y Arbitraje
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DE EQUIPOS	Registra cada equipo, selección de arbitraje y auspicios
DEPARTAMENTO DE CONTRATACIÓN DE CANCHAS	Contrata la cancha donde se realizará el Clasificatorio

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Organigrama de la empresa

6.2.2. Encuesta aplicada a los dirigentes de los 28 clubs para el Análisis Interno

1) ¿Cómo es el acercamiento de los clubes a los medios de comunicación de la ciudad de Loja para transmitir su imagen?

Cuadro No 23

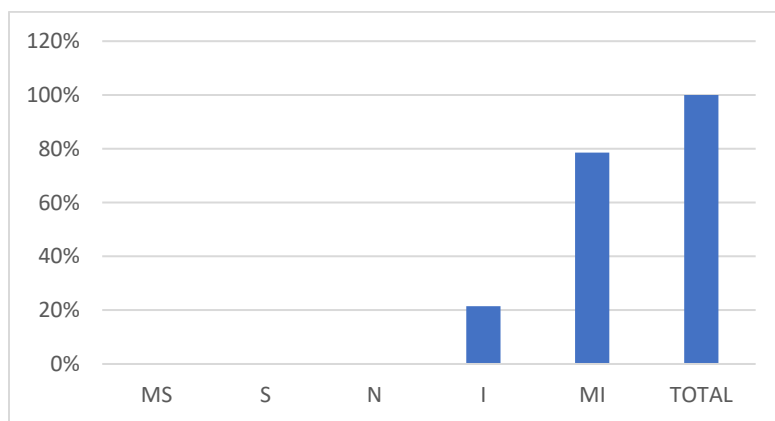
Acercamiento de clubes a los medios de comunicación

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	21%	6
Muy Insatisfactorio	79%	22
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 15



Análisis: Para el 79% de los encuestados creen que el acercamiento de los medios de comunicación para transmitir su imagen es muy insatisfactorio y el 21% insatisfactorio.

2) Considera que tener un agente de jugadores es:

Cuadro No 24

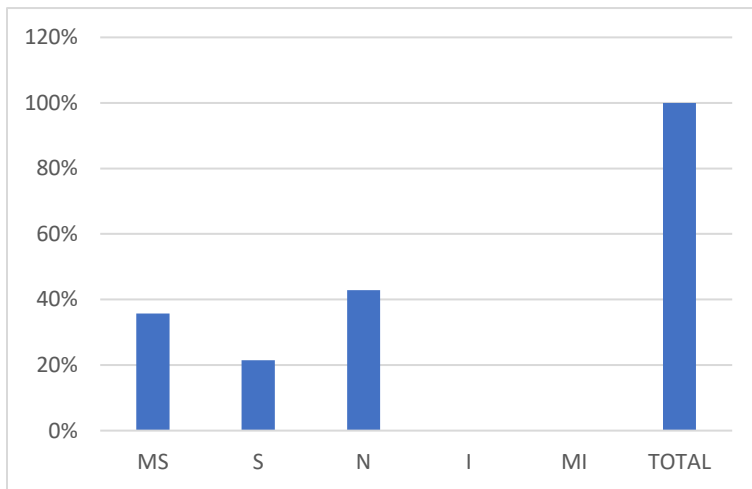
La importancia del agente

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	36%	10
Satisfactorio	21%	6
Neutro	43%	12
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 16



Análisis: El 36% de los encuestados creen que tener un agente es satisfactorio, el 21% creen que es satisfactorio pero el 43% creen que es neutro es decir no beneficia ni perjudica a los jugadores.

3) **¿Considera que parte de los premios que obtienen los clubes deben ser designados a la contratación de estos agentes?**

Cuadro No 25

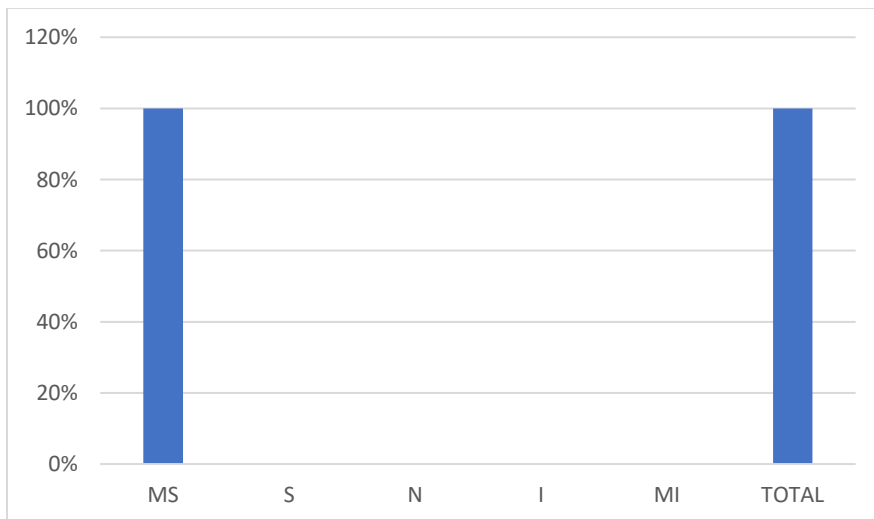
Contratación de agentes

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 17



Análisis: El 100% de los encuestados creen que los premios que ganan en los Clasificatorios de FUT7 deben ser designados a la contratación de estos agentes.

4) ¿Considera que a través de los Campeonatos clasificatorios Nacionales los Scouting se interesaran en el talento lojano?

Cuadro No 25

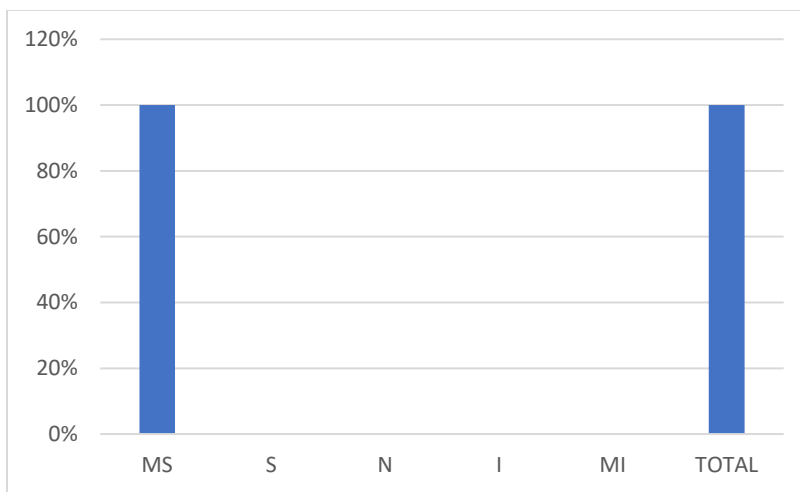
Interés de los Scouting

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 18



Análisis: El 100% de los encuestados creen que a través de estos clasificatorios los Scouting se interesaran en los jugadores que participen.

5) ¿Cómo calificaría el ingreso que perciben los clubes por traspasos entre jugadores?

Cuadro No 27

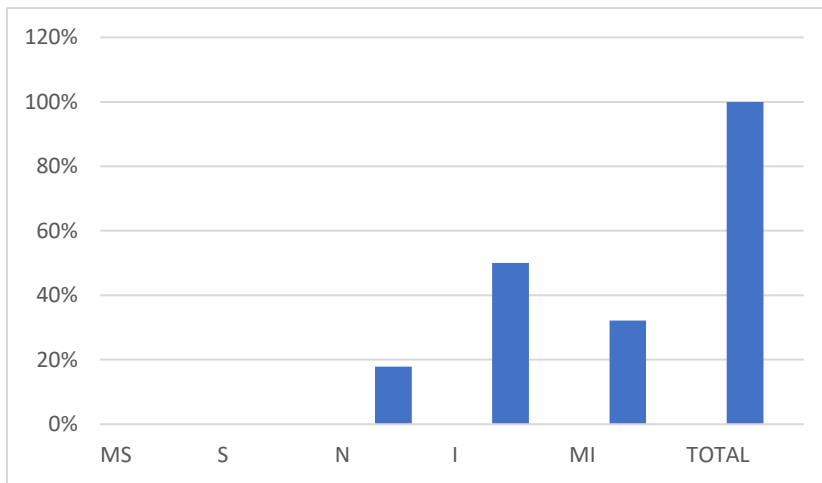
Ingreso de los clubes por traspasos

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	18%	5
Insatisfactorio	50%	14
Muy Insatisfactorio	32%	9
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 19



Análisis: De los encuestados el 50% cree que el ingreso que perciben los clubes por traspaso de jugadores es insatisfactorio, el 32% cree que es muy insatisfactorio y solo el 18% cree que es neutro.

- 6) Los convenios que realizan los medios de comunicación con la Organización de los clasificatorios son:

Cuadro No 28

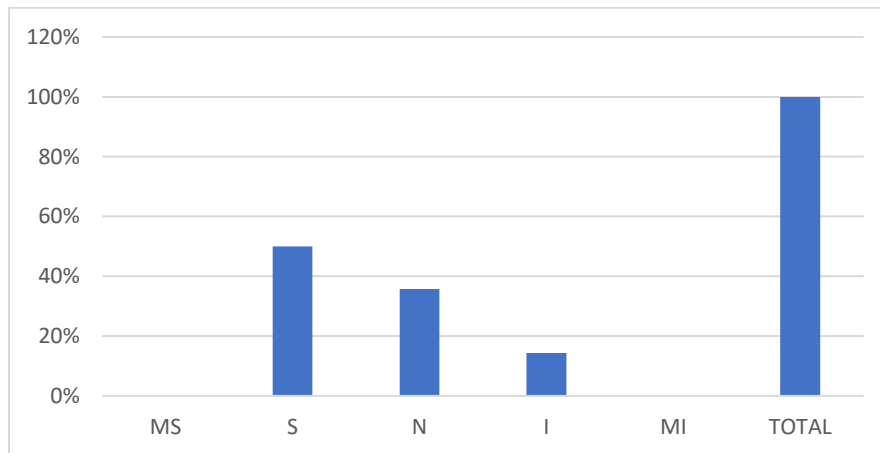
Convenios entre medios de comunicación y organización

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	50%	14
Neutro	36%	10
Insatisfactorio	14%	4
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 20



Análisis: De los encuestados el 50% cree que los convenios que realizan los medios de comunicación con Torneos Salcedo Castro son satisfactorios, el 36% son neutros y solo el 14% creen que son insatisfactorios.

7) ¿Cree usted que los organizadores del clasificatorio de FUT 7 hacen un buen marketing del evento deportivo?

Cuadro No 29

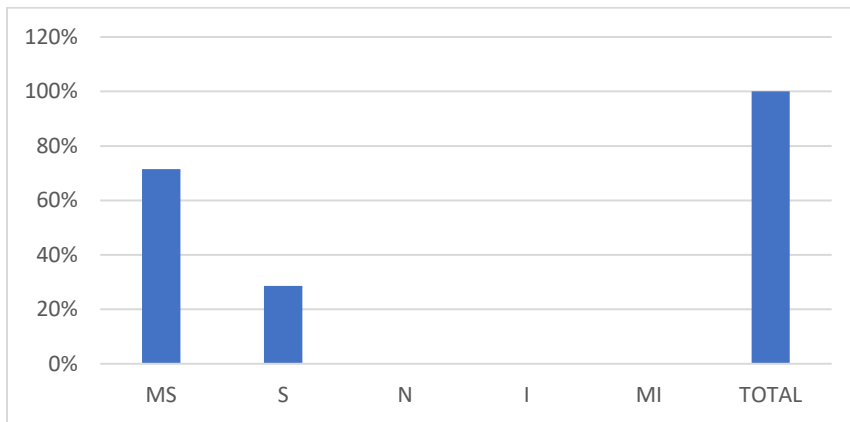
Marketing del evento deportivo

Calificación	Porcentaje	Cantidad
Muy Satisfactorio	71%	20
Satisfactorio	29%	8
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 21



Análisis: El 71% de los encuestados creen que el marketing que hace Torneos Salcedo Castro del evento deportivo es muy satisfactorio y el 29% cree que lo hacen satisfactoriamente.

8) Difundir cada clasificadorio por televisión antes que cadenas radiales es:

Cuadro No 30

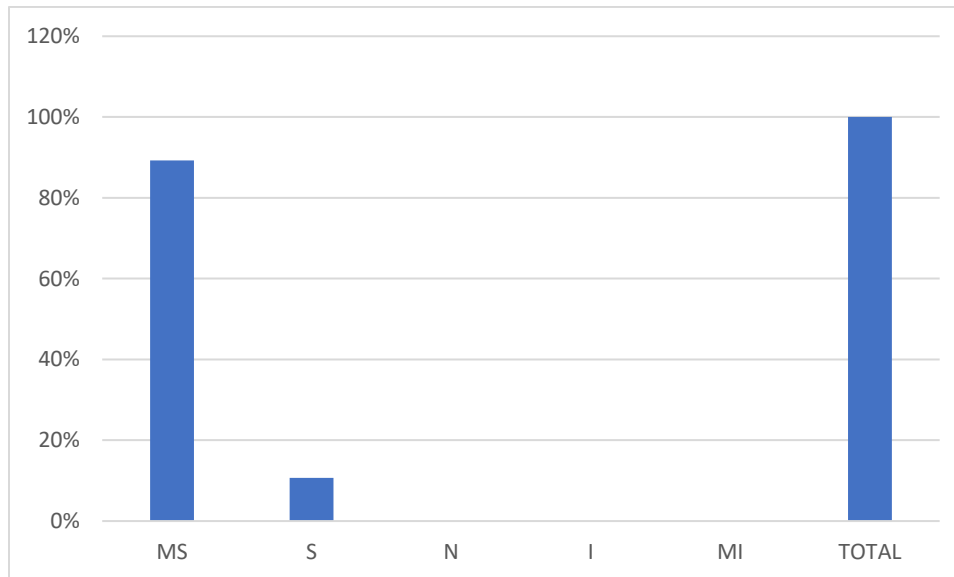
Difusión del Clasificadorio

Muy Satisfactorio	89%	25
Satisfactorio	11%	3
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
Muy Satisfactorio	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 22



Análisis: El 89% de los encuestados creen que difundir cada clasificadorio por televisión antes que por una cadena radial es muy satisfactorio y el 11% creen que es satisfactorio.

9) Considera que el dinero que percibe un agente por el traspaso de su jugador es:

Cuadro No 31

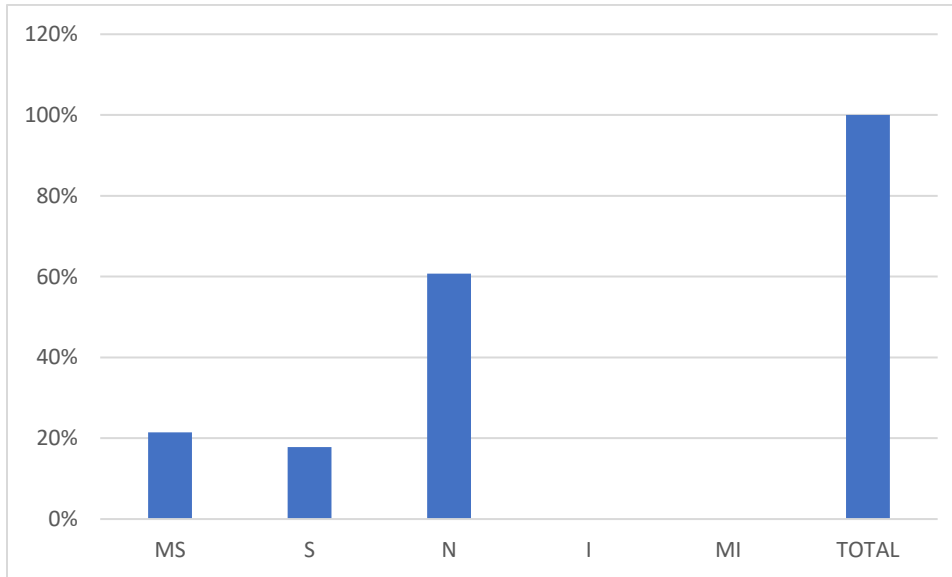
Ingreso del Agente por Traspaso

Muy Satisfactorio	21%	6
Satisfactorio	18%	5
Neutro	61%	17
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
Muy Satisfactorio	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 23



Análisis: El 61% de los encuestados creen que el dinero que percibe el agente por el traspaso de cada jugador es neutro, el 21% es muy satisfactorio y el 18% creen que es satisfactorio.

10) El aporte de Instituciones públicas para la realización de cada clasificatorio es:

Cuadro No 32

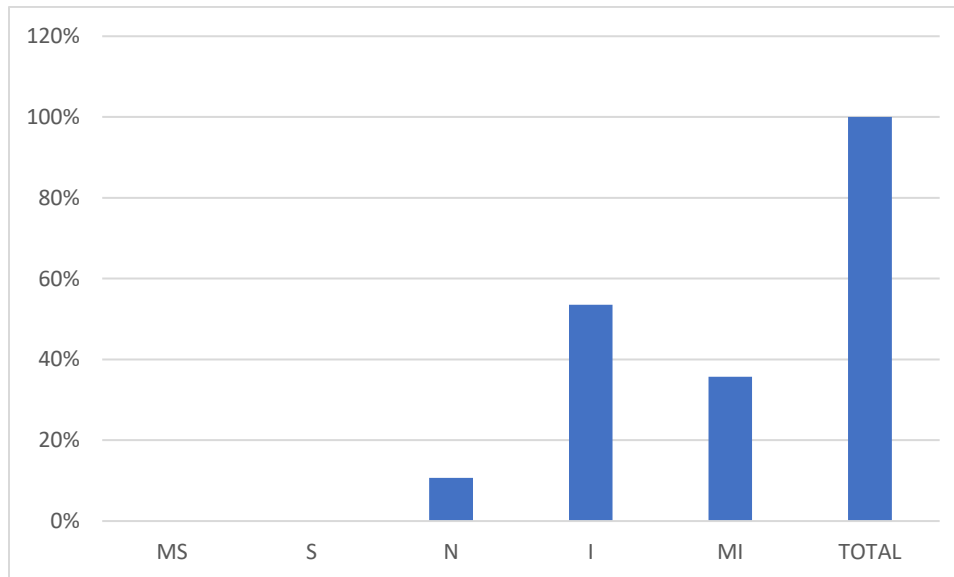
Aporte de Instituciones públicas

Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	0%	0
Neutro	11%	3
Insatisfactorio	54%	15
Muy Insatisfactorio	36%	10
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 24



Análisis: El 54% de los encuestados creen que el aporte que dan las Instituciones públicas a cada clasificatorio es insatisfecho, el 36% creen que es muy insatisfactorio y finalmente el 11% creen que es neutro.

11) El aporte de empresas privadas para la realización de cada clasificadorio es:

Cuadro No 33

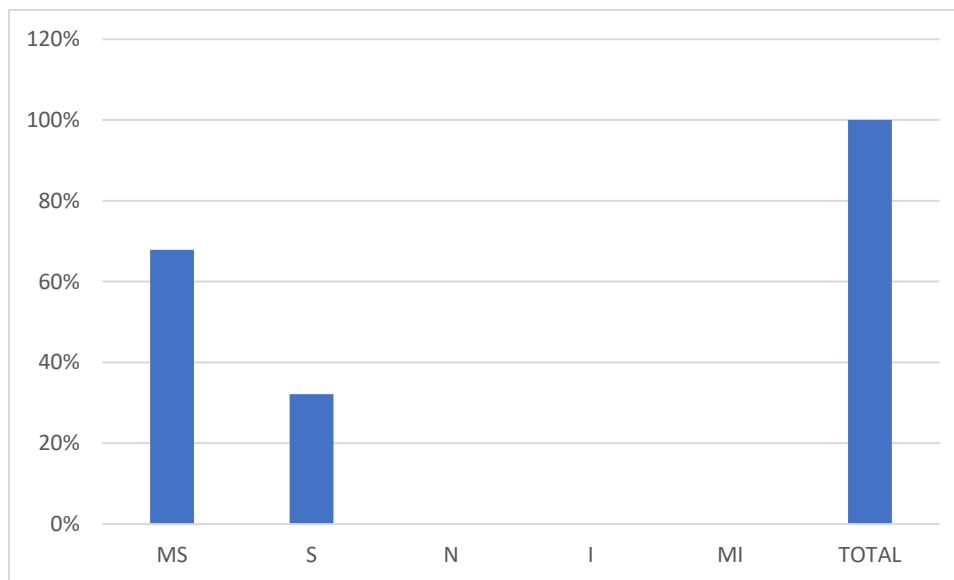
Aporte de empresas privadas

Muy Satisfactorio	68%	19
Satisfactorio	32%	9
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 25



Análisis: El 68% de los encuestados creen que el aporte de las empresas privadas a cada clasificadorio es muy satisfactorio en cambio el 32% creen que es satisfactorio.

12) La idiosincrasia del futbolista lojano a querer salir hacer carrera de FUT 7 player

es:

Cuadro No 34

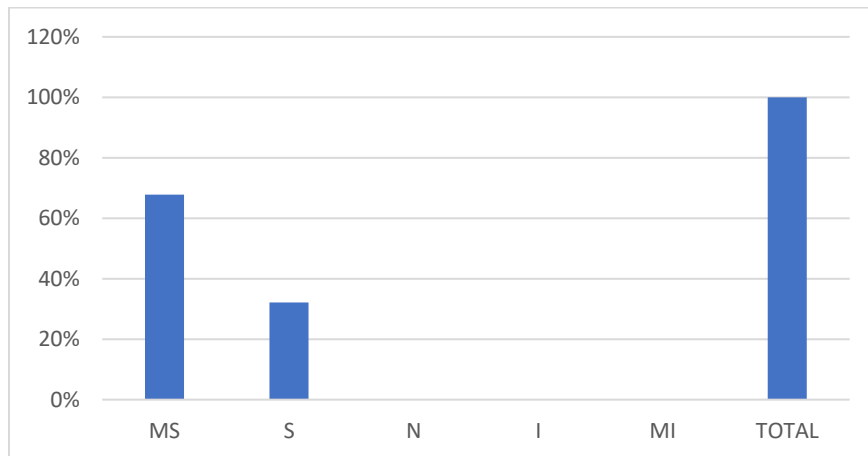
La idiosincrasia del futbolista lojano

Muy Satisfactorio	68%	19
Satisfactorio	32%	9
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 26



Análisis: El 68% creen que la idiosincrasia del futbolista ecuatoriano a salir hacer carrera de futbolista en el exterior es muy satisfactoria y el 32% creen que es satisfactoria.

13) ¿Cómo calificaría la intervención de los medios de comunicación en los clasificatorios realizados hasta el momento?

Cuadro No 35

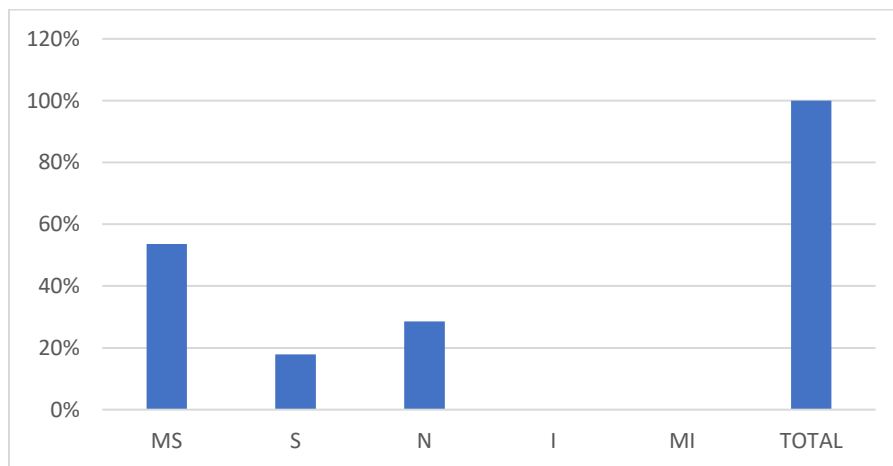
Intervención de los medios de comunicación en los Clasificatorios

Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	18%	5
Neutro	36%	10
Insatisfactorio	36%	10
Muy Insatisfactorio	11%	3
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 27



Análisis: El 36% de los encuestados creen que la intervención de los medios de comunicación es neutro y también insatisfactoria, el 18% creen que es satisfactoria y el 11% creen que es muy insatisfactoria.

14) El seguimiento del organizador al jugador traspasado a un equipo Nacional es:

Cuadro No 36

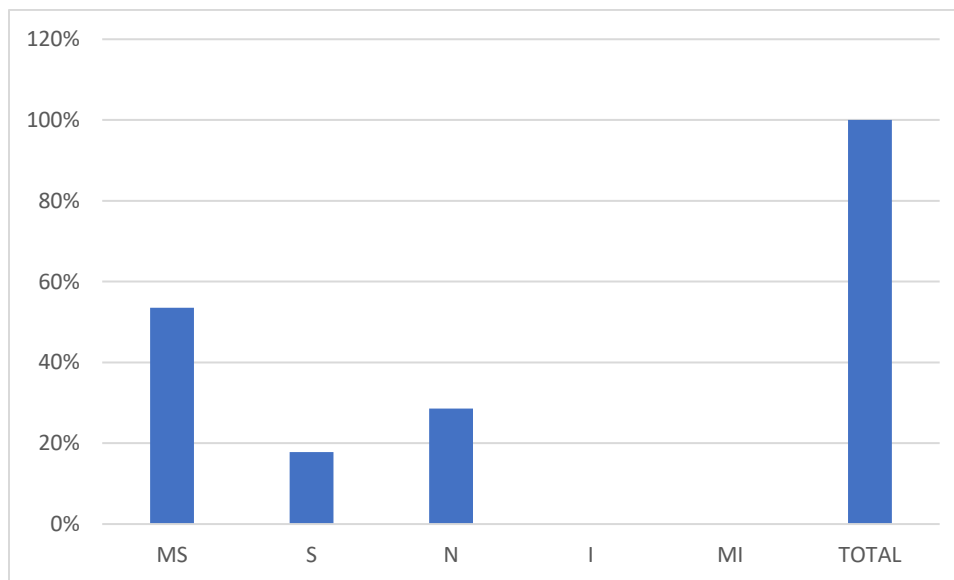
Seguimiento al jugador traspasado

Muy Satisfactorio	54%	15
Satisfactorio	18%	5
Neutro	29%	8
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 28



Análisis: El 54% creen que el seguimiento que da Torneos Salcedo Castro al jugador traspasado a un equipo nacional es muy satisfactorio, el 29% es neutro y el 18% es satisfactorio.

15) ¿Cómo calificaría el seguimiento y evaluación que realizan los equipos nacionales con la publicidad de los medios?

Cuadro No 37

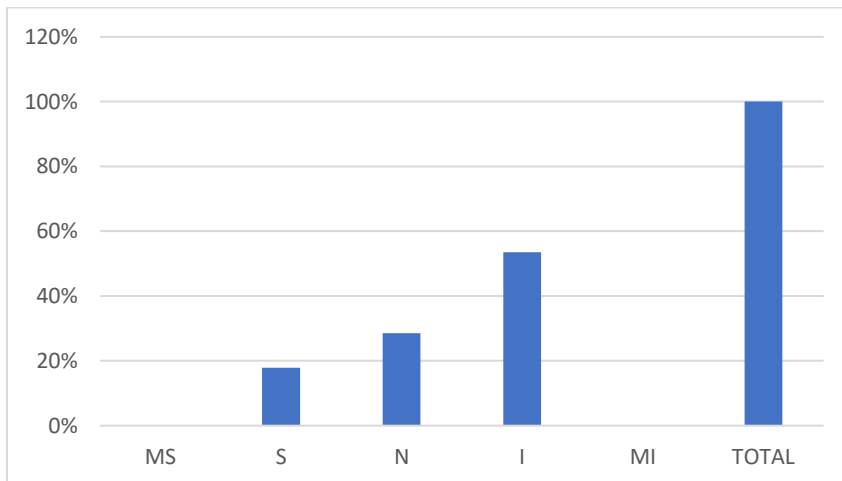
Seguimiento y evaluación de equipos nacionales a los medios

Muy Satisfactorio	0%	0
Satisfactorio	18%	5
Neutro	29%	8
Insatisfactorio	54%	15
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 29



Análisis: El 54% creen que el seguimiento y evaluación que realizan los equipos nacionales con la publicidad de los medios el seguimiento que da Torneos Salcedo Castro al jugador traspasado a un equipo nacional es insatisfactorio, el 29% es neutro y el 18% es satisfactorio

16) ¿Considera a los Torneos Clasificatorios de nuestra ciudad como una oportunidad de mejora de vida por el ingreso económico de los clubes?

Cuadro No 38

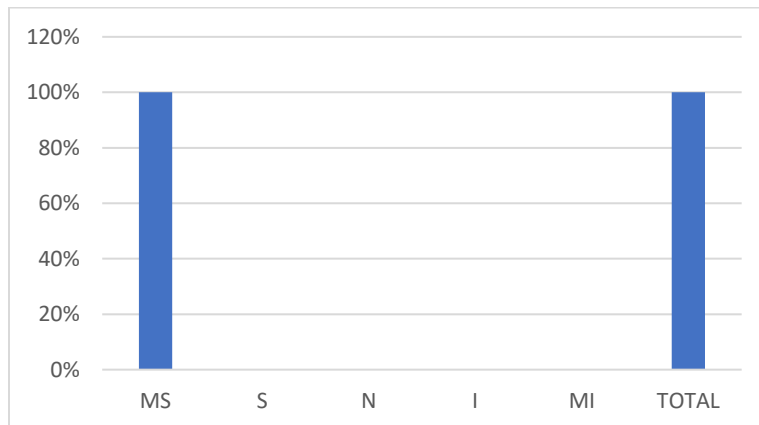
Ingreso Económico de los clubes a través de los Clasificatorios

Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 30



Análisis: El 100% de los encuestados creen que los Torneos Clasificatorios de nuestra ciudad son una oportunidad de mejora de vida por el ingreso económico de los clubes

17) ¿Cómo calificaría la intervención del director técnico en el traspaso de cada jugador?

Cuadro No 39

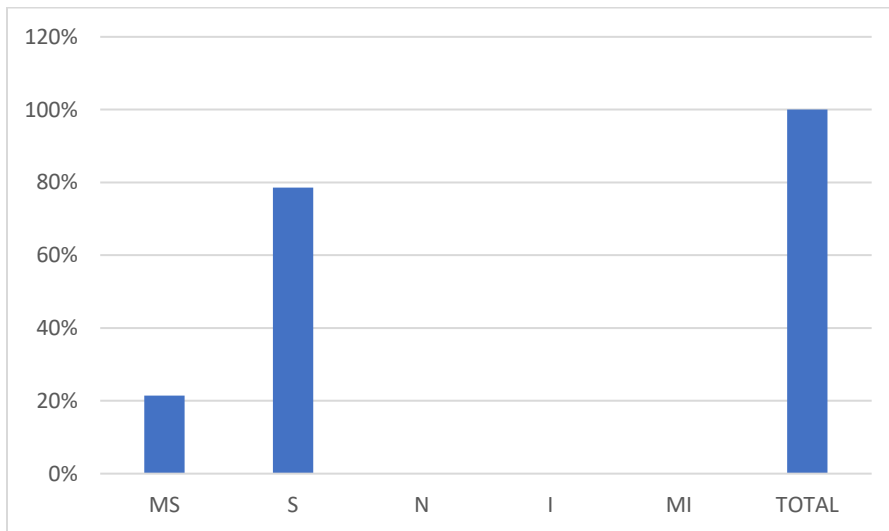
Intervención del Director Técnico

Muy Satisfactorio	21%	6
Satisfactorio	79%	22
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 31



Análisis: El 79% creen que la intervención del director técnico en el traspaso de cada jugador es satisfactoria y el 21% creen que es muy satisfactorio.

18) ¿Cómo califica los contratos que ofrecen los clubes nacionales a los jugadores?

Cuadro No 40

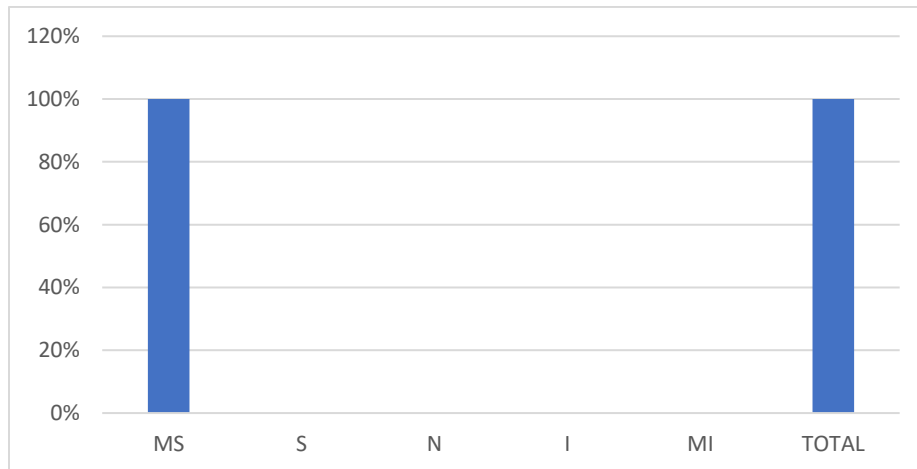
Contratos a los jugadores

Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 32



Análisis: El 100% de los encuestados creen que los contratos que ofrecen los clubes nacionales a los calificadorios son muy satisfactorios.

19) ¿Considera que el club debe recibir un ingreso adicional si el jugador es traspasado internacionalmente como derechos de formación?

Cuadro No 41

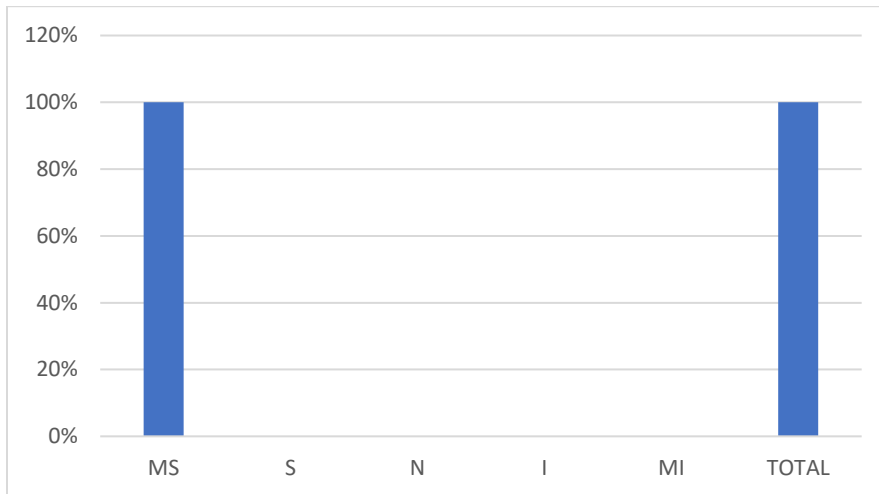
Ingreso al club por traspaso de jugador

Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 33



Análisis: El 100% de los encuestados creen que el club debe recibir un ingreso adicional si el jugador es traspasado internacionalmente como derechos de formación.

20) ¿Los medios de comunicación locales deberían hacer convenios con la Federación Ecuatoriana de FUT 7?

Cuadro No 42

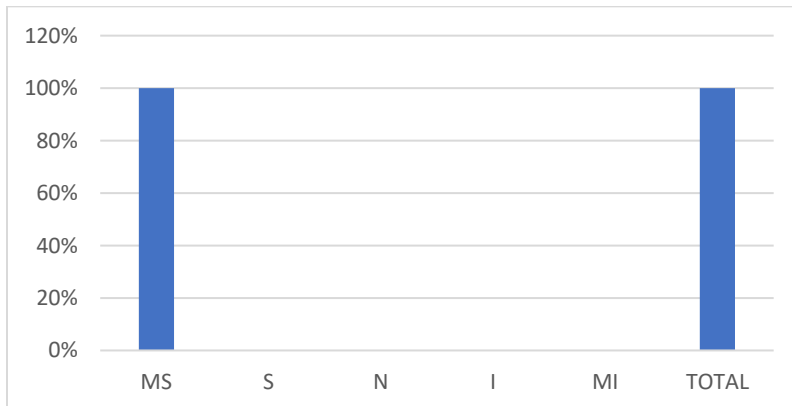
Convenios medios de comunicación y FEF7

Muy Satisfactorio	100%	28
Satisfactorio	0%	0
Neutro	0%	0
Insatisfactorio	0%	0
Muy Insatisfactorio	0%	0
TOTAL	100%	28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo

Fuente: Encuesta

Gráfico 34



Análisis: El 100% de los encuestados creen los medios de comunicación locales deberían hacer convenios con la Federación Ecuatoriana de FUT 7.

6.3.FODA Matemático Análisis Interno (Matriz EFI)

Cuadro No 43

MATRIZ EFI					
Factores críticos de éxito	Factor	Porcentaje	Peso	Valor	Ponderación
FORTALEZAS					
2. Considera que tener un agente de jugadores es:	Encuesta	43%	0.025	1	0.025
3. Considera que parte de los premios que obtienen los clubes deben ser designados a la contratación de estos agentes?	Encuesta	100%	0.075	3	0.225
4. Considera que a través de los Campeonatos clasificatorios Nacionales los Scouting se interesaran en el talento lojano?	Encuesta	100%	0.075	3	0.225
6. Los convenios que realizan los medios de comunicación con la Organización de los clasificatorios es:	Encuesta	50%	0.05	2	0.1
7. Cree usted que los organizadores del clasificatorio de FUT 7 hacen un buen marketing del evento deportivo?	Encuesta	71%	0.075	3	0.225
8. Difundir cada clasificatorio por televisión antes que cadenas radiales es:	Encuesta	89%	0.075	3	0.225
11. El aporte de empresas privadas para la realización de cada clasificatorio es:	Encuesta	68%	0.075	3	0.225
13. Cómo calificaría la intervención de los medios de comunicación en los clasificatorios realizados hasta el momento?	Encuesta	36%	0.025	1	0.025
14. El seguimiento del organizador al jugador traspasado a un equipo Nacional es:	Encuesta	54%	0.075	3	0.225
16. Considera a los Torneos Clasificatorios de nuestra ciudad como una oportunidad de mejora de vida por el ingreso económico de los clubes?	Encuesta	100%	0.075	3	0.225
17. Cómo calificaría la intervención del director técnico en el traspaso de cada jugador?	Encuesta	79%	0.05	2	0.1
18. Cómo califica los contratos que ofrecen los clubes nacionales a los jugadores?	Encuesta	100%	0.075	3	0.225
19. Considera que el club debe recibir un ingreso adicional si el jugador es traspasado internacionalmente	Encuesta	100%	0.07	3	0.225

como derechos de formación?	a		5		
20. Los medios de comunicación locales deberían hacer convenios con la Federación Ecuatoriana de FUT 7?	Encuesta	100%	0.075	3	0.225
DEBILIDADES					
9. Considera que el dinero que percibe un agente por el traspaso de su jugador es:	Encuesta	61%	0.025	1	0.025
12. La idiosincrasia del futbolista lojano a querer salir hacer carrera de FUT 7 player es:	Encuesta	68%	0.075	3	0.225
TOTAL			1.00	40	2.75

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Encuesta

6.4. Matriz FODA

Cuadro No 44

Factores de Éxito		OPORTUNIDADES		VP	AMENAZAS		VP		
		Apoyo de las autoridades		0.4		5	Aporte del Municipio de Loja		0.0
		Calidad de las canchas sintéticas		0.2			Oportunidad del jugador en mostrar su talento		0.0
		Participación de talentos lojanos		0.2					
		Ingreso Económico por clasificatorio		0.4		5			
		Costo de traslado del equipo		0.4		5			
		Incentivos Económicos		0.2					
		Prevención Covid 19		0.4		5			
FORTALEZAS		VP	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				
4. Considera que a través de los Campeonatos clasificatorios Nacionales los Scouting se interesaran en el talento lojano?	0.23	Planificar y organizar los clasificatorios deportivos del Austro	0.2	3	0.2	Traer scoutings que observen cada clasificatorio	0.225	0.0	
6. Los convenios que realizan los medios de comunicación con la Organización de los clasificatorios es:	0.10	Realizar convenios de asociación con los medios de comunicación de Loja	0.1	0	0.2	Establecer una videoteca de los clasificatorios del Austro, que permitan el fichaje del jugador	0.100	0.0	
7. Cree usted que los organizadores del clasificatorio de FUT 7 hacen un buen marketing del evento deportivo?	0.23	Determinar estrategias de marketing para los clasificatorio del Austro	0.2	3	0.4	Controlar la publicidad emitida por Radio y Televisión Municipal	0.225	0.0	
11. El aporte de empresas privadas para la realización de cada clasificatorio es:	0.23	Desarrollar un cronograma de eventos deportivos para solicitar auspicios a empresas locales	0.2	3	0.4	Elaborar un contrato interinstitucional entre la Corporación Salcedo Castro y el Municipio de Loja para el auspicio de jugadores	0.225	0.0	
13. Cómo calificaría la intervención de los medios de comunicación en los clasificatorios realizados hasta el momento?	0.03	Promocionar los talentos Lojanos a través de cada clasificatorio	0.0	3	0.2	Promocionar de Campeonatos clasificatorios	0.025	0.0	
DEBILIDADES		VP	VP		VP				
9. Considera que el dinero que percibe un agente	0.025	Controlar el pago	0.0	0.2	0.2	Realizar un convenio de pago entre agente y jugador al ser	0.025	0.0	

por el traspaso de su jugador es:		porcentual económico al agente por traspaso de cada jugador	3		observado por clubes	0	5
12. La idiosincracia del futbolista lojano a querer salir hacer carrera de FUT 7 player es:	0.225	Elaborar un taller de capacitación a los jugadores sobre la importancia del Fut7	0.2 3	0.2	Mejorar las cualidades físicas y futbolísticas de los jugadores con academias locales	0.225	0.0 5

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Matriz EFE y EFI

6.5.Priorización de Objetivos

Cuadro No 45

Priorización de los Objetivos Estratégicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	VALORES PONDERADOS		PRIORIZACIÓN
Planificar y organizar los clasificatorios deportivos del Austro	0.23	0.2	0.43
Realizar convenios de asociación con los medios de comunicación de Loja	0.1	0.2	0.3
Determinar estrategias de marketing para los clasificatorio del Austro	0.23	0.45	0.68
Desarrollar un cronograma de eventos deportivos para solicitar auspicios a empresas locales	0.23	0.45	0.68
Promocionar los talentos Lojanos a través de cada clasificatorio	0.03	0.2	0.23
Controlar el pago porcentual económico al agente por traspaso de cada jugador	0.03	0.2	0.23
Elaborar un taller de capacitación a los jugadores sobre la importancia del Fut7	0.23	0.2	0.43
Traer Scouting que observen cada clasificatorio	0.23	0.05	0.28
Establecer una videoteca de los clasificatorios del Austro, que permitan el fichaje del jugador	0.1	0.05	0.15
Controlar la publicidad emitida por Radio y Televisión Municipal	0.23	0.05	0.28
Elaborar un contrato interinstitucional entre la Corporación Salcedo Castro y el Municipio de Loja para el auspicio de jugadores	0.23	0.05	0.28
Promocionar de Campeonatos clasificatorios	0.03	0.05	0.08
Realizar un convenio de pago entre agente y jugador al ser observado por clubes	0.03	0.05	0.08
Mejorar las cualidades físicas y futbolísticas de los jugadores con academias locales	0.23	0.05	0.28

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Matriz FODA

Cuadro No 46

OBJETIVOS PRIORIZADOS			
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	VALORES PONDERADOS		PRIORIZACIÓN
Planificar y organizar los clasificatorios deportivos del Austro	0.23	0.2	0.43
Realizar convenios de asociación con los medios de comunicación de Loja	0.1	0.2	0.3
Determinar estrategias de marketing para los clasificatorio del Austro	0.23	0.45	0.68
Desarrollar un cronograma de eventos deportivos para solicitar auspicios a empresas locales	0.23	0.45	0.68
Elaborar un taller de capacitación a los jugadores sobre la importancia del Fut7	0.23	0.2	0.43

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Priorización de objetivos

7. PROPUESTA

7.1.OBJETIVO ESTRATÉGICO UNO

Planificar y organizar los clasificatorios deportivos del Austro

- Organización: Los directivos de la Corporación Salcedo – Castro, se planteará la organización del torneo de clasificatorios deportivos del Austro cada año para la promoción del fútbol 7, en le ciudad de Loja.
- Planificación: Se planificará el torneo del Clasificatorio Nacional de FUT7 Ecotel TV en septiembre del 2021 en Cancha Sintética Futboleros en un período de tiempo de dos meses, invitando a los mejores equipos del austro ecuatoriano con los siguientes ingresos:

Cuadro No 47

Ingresos para el torneo de fútbol 7

Ingresos	Dinero en Efectivo
Inscripciones 40 equipos	\$4000,00
Ingreso por Arbitraje	\$1000,00
Ingreso por Auspicios	\$1500,00 (Premios)
TOTAL	\$6500,00

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Torneos Salcedo Castro

Con los siguientes costos:

Cuadro No 48

Costos del torneo de fútbol 7

Costos	Dinero en Efectivo
Cancha Sintética	\$1000,00
TOTAL	\$1000,00

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Torneos Salcedo Castro

Torneos Salcedo Castro al obtener la licencia de la Liga Ecuatoriana de FUT7 tendría la exclusividad de realizar los únicos clasificatorios nacionales en el austro.

SEPTIEMBRE 2021
3RA EDICIÓN
ECOTEL TV
UNISPORT
CONMEBOL 100 AÑOS
LA ELIMINATORIA
REQUISITOS
-Nómina mínimo 8 y máximo 20 jugadores
-\$100,00 (Cuenta Bancaria)
INSCRIBETE AL 0967731626/
0959615463
LOGAR
Cancha Sintética "Futboleros"
(Amable María)
CON EL APOYO DE RAMIRO PALACIOS CONCEJAL DE LOJA
1500 EN PREMIOS COPAS, MEDALLAS CON LA GARANTÍA DE ECOTEL TV
ecotel tv
www.ecotel.tv

7.1.1. Plan de Acción

Cuadro No 49
Plan de Acción Objetivo Estratégico Nro.1.

OBJETIVO ESTRATEGICO	Planificar y organizar los clasificatorios deportivos del Austro				
MERCADO META	Promocionar a los jugadores de fútbol 7				
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Responsable	Inicio	Fin	Costo
Organizar campeonatos cada año	Desarrollar campeonato de fútbol 7	Presidente	01/01/2022	31/12/2022	1000
Realizar talleres de promoción	Búsqueda de patrocinadores	Presidente	01/01/2022	15/02/2022	0
Elaborar el presupuesto para el Clasificatorio	Determinar el presupuesto en base a las inscripciones	Presidente	01/01/2022	10/01/2022	0
Determinar el tiempo de duración del torneo	Establecer la duración de lugar del evento	Presidente	01/01/2022	10/01/2022	0

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Tabla Nro.46

7.2.OBJETIVO ESTRATÉGICO DOS

Realizar convenios de asociación con los medios de comunicación de Loja

Los medios de comunicación son actores muy importantes y fundamentales en el entorno de los clubes de fútbol profesional 7. Ellos a diario, manejan y publican una enorme cantidad de información y son verdaderos creadores de opinión. Por lo tanto, resulta fundamental tener una buena relación con los medios de comunicación, de manera que la exposición mediática fortalezca la imagen de la Corporación Salcedo – Castro, y ayude a captar nuevos aficionados e integrar más clubes de la Ciudad de Loja.

7.2.1. Relación con los medios de comunicación

- Buscar de los medios de comunicación un canal para acercarse a los clubes nacionales y transmitir una imagen concreta de la Corporación
- Desarrollar noticias de primera página, que nos permita despertar el interés potencial del aficionado y vender la imagen de los jugadores.
- Realizar normas de Re actuación.
- Establecer una gestión correcta con los medios de comunicación, de manera que se consiga cumplir las expectativas de los actores y se eviten conflictos.

7.2.2. Gestión de producto de la Corporación Salcedo – Castro

Ser responsables de la gestión y venta de los distintos productos y de la creación de otros nuevos, y, por tanto, de los ingresos de la corporación. Coordinar las distintas funciones que existen en promoción de los jugadores de fútbol 7 para ofrecerlos a los distintos clubes a nivel local y nacional.

- Gestión de patrocinios y publicidad
- Negociar acuerdos

7.2.3. Realizar convenios con los medios de comunicación local

Torneos Salcedo Castro se asociará con Ecotel Televisión como el medio de comunicación televisado más visto en la ciudad de Loja.



De igual manera realizará convenios con los medios de comunicación escritos de la ciudad.



na, que im-
 ida or- Ar- gu- er-

Inscripciones para la Copa Ecuador 'Diario La Hora'

Es la segunda edición de este torneo que iniciará el 24 de noviembre. Hay una nueva modalidad.

Con la expectativa de superar la participación de 40 equipos, como sucedió en 2018, están disponibles ya las inscripciones para que se integren y sean parte de la segunda edición de la Copa Ecuador Diario La Hora 2019, que organiza la Corporación Deportiva Salcedo y Castro.

En esta ocasión, realizaron las gestiones para que sea un torneo oficial, con los balones que se utilizaron en la Copa Ecuador número Cuatro. Planificaron realizarlo en la cancha sintética Fútboleros, sector Amable María. Es Fútbol en césped sintético.

En esta ocasión, se integran al apoyo las radios Planeta Sur 106.1 FM y Loja 97.7 FM, según informa uno de los organizadores, Andrés Salcedo Castro, quien agrega que en 2018 se quedaron sin poder participar alrededor de 34 equipos, por lo que ahora van a utilizar un "fixture" (calendario) como lo hicieron en un certamen de Quito con dos zonas: A y B.

Van a participar la mitad de los equipos en cada zona y al final se enfrentarán para determinar las ubicaciones, aduce y dice que la intención es que sean de 40 a 50 en cada grupo. Entre los jugadores que están confirmados en los equipos inscritos constan: Andy Ordoñez, quien jugó en la Selección de Ecuador recientemente en Italia; Ramiro Arévalo que jugó por la selección en Brasil; Adriano Suárez, Luis Uchuari y más.

El congreso técnico será una semana antes, con la finalidad de finiquitar detalles de la inauguración y del desarrollo del certamen.

En cuanto a premios, el primer lugar se llevará mil dólares, más la copa réplica Ecuador, medallas y premios de auspicantes. El segundo, tercero y cuarto lugares también reciben incentivos económicos, prescas y premios de auspicantes. También hay reconocimientos para los mejores goleador, arquero, jugador y dirigente.

Hugo Salcedo Jaramillo aprovechó el espacio para agradecer al medio impreso, La Hora, "es el segundo año que nos apoya a la Corporación que propende fomentar el deporte a nivel local y nacional", finaliza.

INVITACIÓN. Andrés y Hugo Castro (hijo y padre) son los organizadores del evento.

TOME NOTA
 Para mayor información, comuníquese al número 096773626.

DETALLES
 Las inscripciones iniciaron el primero de octubre en la página de Torneos Salcedo-Castro y hasta la fecha han confirmado alrededor de 30 equipos. Deben ubicar el nombre del club y la nómina debe constar con 20 jugadores, más el pago de 105 dólares, igual que en 2018.

EL DATO
 Alrededor de 30 equipos ya están inscritos. Al más de José Pineda de Zarura, Ura de Zarura y Joaquín Paredes.

EL DATO
 Más de 30 equipos ya están inscritos.

Loja disfrutará de combates en artes marciales mixtas

Este sábado, en el coliseo Ciudad de Loja, se cumplirá el evento deportivo de artes marciales mixtas "Guerra de Titanes 4", a partir de las 19:00. Están planificados 10 combates, incluida la estelar entre Indomable y Pantalón.

El pesaje oficial está programado para el viernes.

Quito, esto porque los combates son oficiales y que les sirve como ranking a los peleadores.

"Con estos registros los deportistas pueden ir a cualquier liga del mundo ya que pueden conocer cuántas peleas tienen", sostiene y aduce que el ranking es a nivel de UFC. "El peleador que ver con dicha actividad deportiva, pero decidieron apoyar. Siempre me ha movido desde que era niño el deporte y ahora como empresario quiere impulsar de alguna forma", refiere.

Inician con los combates de los semiprofesionales que serán tres rounds de tres minutos, mientras que las 6 de profesional-

Powered by **issuu** Publish

f t w h e p

Finalmente me asociaré con algunas cadenas radiales locales.



7.2.4. Plan de Acción

Cuadro No 50
Plan de Acción Objetivo Estratégico Nro.2

OBJETIVO ESTRATEGICO	Realizar convenios de asociación con los medios de comunicación de Loja				
MERCADO META	Promocionar a los jugadores de fútbol 7				
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Responsable	Inicio	Fin	Costo
Buscar patrocinio y publicidad	Buscar y negociar acuerdos con patrocinadores	Presidente	01/01/2022	01/09/2021	0
Coordinar la relación con los medios de comunicación	Gestionar la comunicación con los medios correspondientes para ruedas de prensa y entrevistas	Presidente	01/01/2022	15/01/2022	0
Diseñar y editar la publicidad	Diseñar y editar el cartel de anunciador del torneo	Asesor de Imagen	01/01/2022	31/12/2022	0

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Tabla Nro.46

7.3. OBJETIVO ESTRATÉGICO TRES

Determinar estrategias de marketing para los clasificatorio del Austro

El marketing en el fútbol es necesario para explotar todas las potencialidades del Sport Business. No olvides que el negocio del fútbol crece año tras año porque es global, pero la competencia es cada vez mayor. Este es el motivo por el que te interesa estar al día de las principales técnicas de marketing.

7.3.1. Potenciar el merchandising corporativo

El merchandising corporativo es una opción interesante para generar ingresos y hacer branding que son acciones alineadas al posicionamiento, propósito y valores de una marca. La identificación de un aficionado con sus colores es siempre un método interesante para aumentar tu presencia. Un equipo de fútbol local puede utilizar el orgullo de participar en cada clasificatorio que realice Torneos Salcedo Castro.

El merchandising puede ser de varios tipos. Las camisetas y bufandas son los productos estrella. Hoy puedes encontrar, también, gorras, llaveros, o todo tipo de prendas de ropa. En definitiva, hay multitud de motivos que vinculan a un equipo a Torneos Salcedo Castro.

De igual manera los equipos de fútbol con una marca global aprovechan el merchandising de dos maneras. En primer lugar, potenciando su marca como equipo. La segunda opción es potenciar la imagen de sus mejores jugadores como los equipos 80 F.C. y Loja City.

7.3.2. Jugar con los horarios de los partidos

Los horarios de los partidos son una herramienta para generar valor por dos vertientes. En primer lugar, por las posibilidades de que asistan más personas a los partidos, caso de los equipos modestos. El segundo motivo, más habitual en equipos globales, es el aumento de ingresos televisivos como Ecotel TV.

Hay que recordar que el fútbol es hoy un deporte global. Los partidos de alta competición se escalonan de manera que los vea el mayor número de personas posibles. No ha de extrañar, pues, que no suela haber un horario fijo.

7.3.3. Uso intensivo de las redes sociales

El uso intensivo de las redes sociales en una condición que sirve para tener éxito. Los aficionados al deporte cada vez son más jóvenes en el país en conocer las novedades de los equipos. Esta es la mejor forma fidelizar a los clientes que en este caso son cada equipo que participe en cada clasificatorio.

Hay que recordar que las redes sociales tienen que utilizarse con un cierto sentido. Hoy es importante la frecuencia, sí, pero no lo es menos la calidad de los contenidos. El community

manager que es quien explota estos canales digitales tiene la obligación de ser creativo y de tener capacidad de interactuar con los equipos. Esto servirá, a medio plazo, para mejorar ingresos a Torneos Salcedo Castro.

Es importante remarcar que este punto ha tomado tanta importancia que ya no es una opción, sino una obligación. Pero un buen uso de Facebook, Instagram, YouTube y Twitter es útil porque aporta un valor añadido.

7.3.4. Ofertas de última hora

Las ofertas de última hora son un recurso interesante para mantener el interés. Hoy internet permite que lances una oferta, tanto a través de los canales tradicionales como de la página web.

Lo cierto es que, los últimos años, el marketing en el fútbol 7 se ha refinado. Hay numerosas opciones para que los equipos se interesen en participar, que van desde descuentos en empresas auspiciantes hasta el 30% de descuento en inscripciones canceladas en efectivo.

7.3.5. Potenciar la venta cruzada

Este es uno de los recursos más antiguos que existen, pero lo cierto es que funciona. La persona que compre una entrada de un partido puede comprar también una gorra o un llavero con el logo de Torneos Salcedo Castro, por poner un ejemplo. Torneo Salcedo Castro potenciará este método que, en el deporte de masas, es especialmente exitoso.

7.3.6. Plan de Acción

Cuadro No 51
Plan de Acción Objetivo Estratégico Nro.3

OBJETIVO ESTRATEGICO	Determinar estrategias de marketing para los clasificatorio del Austro				
MERCADO META	Promocionar a los jugadores de fútbol 7				
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Responsable	Inicio	Fin	Costo
Potenciar el merchandising corporativo	Diseñar camisetas, gorras, llaveros y lonas con el logo de Torneos Salcedo Castro	Presidente	01/01/2022	31/12/2022	0
Jugar con los horarios de los partidos	Establecer horarios en los que los medios de comunicación puedan llegar a más personas	Presidente	01/01/2022	31/12/2022	0
Uso intensivo de las redes sociales	Utilizar nuestras redes sociales para potenciar la marca	Encargado de redes sociales	01/01/2022	31/12/2022	0
Ofertas de última hora	Llamar la atención de más equipos y jugadores	Presidente	01/01/2022	14/09/2022	0

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Tabla Nro.46

7.4. OBJETIVO ESTRATÉGICO CUATRO

Desarrollar un cronograma de eventos deportivos para solicitar auspicios a empresas

locales

Cuadro No 52
Cronograma de eventos deportivos

CLASIFICATORIO	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
Copa Venus Circuito Loja												
La Eliminatoria Ecotel TV												
Show Ball Coliseo Ciudad de Loja												
Mundial de Clubes Crónica de la Tarde												

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Torneos Salcedo Castro

7.4.1. Plan de Acción

Cuadro No 53
Plan de Acción Objetivo Estratégico Nro.4

OBJETIVO ESTRATEGICO	Desarrollar un cronograma de eventos deportivos para solicitar auspicios a empresas locales				
MERCADO META	Promocionar a los jugadores de fútbol 7				
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Responsable	Inicio	Fin	Costo
Planificar cada clasificatorio con un medio de comunicación que llame la atención a empresas locales	Realizar invitaciones a empresas locales con la firma del dueño el medio de comunicación	Presidente	01/01/2022	01/09/2022	0
Dar cuantiosos ingresos económicos a Torneos Salcedo Castro	Dar conocimiento a cada empresa sobre los beneficios de ser auspiciante de cada clasificatorio para el pago	Presidente	01/01/2022	31/12/2022	0
Potenciar cada clasificatorio con la imagen de cada empresa	Realizar promocionales de cada clasificatorio con el logo o nombre cada empresa	Asesor de Imagen	01/01/2022	31/12/2022	0

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Tabla Nro.46

7.5.OBJETIVO ESTRATÉGICO CINCO

Elaborar un taller de capacitación a los jugadores sobre la importancia del Fut7

7.5.1. Tema

TALLER SOBRE LA IMPORTANCIA DE FUT 7 EN EL CANTÓN LOJA

7.5.2. Introducción

En nuestra actualidad, es de gran importancia fomentar una práctica del futbol 7 en nuestra ciudad. Con el pasar del tiempo, todas las iniciativas deportivas se han ido consolidando y tomando fuerza con la finalidad de mejorar la práctica de esta disciplina, que busca responder a los cambios que se han ido produciendo en nuestro entorno.

Esta iniciativa supone el futbol 7 a través de Torneos Salcedo Castro desde Loja hasta la región sur del país, que con su estructura organizativa busca incrementar la motivación y el interés de las prácticas deportivas.

En definitiva, el objetivo principal de este taller es incrementar la participación de equipos en cada clasificatorio, donde prima la búsqueda de la mejora en el rendimiento deportivo en aspectos como: la integración, desarrollo psicomotor, la recreación.

7.5.3. Descripción del Taller

El taller de fútbol abrirá un espacio formativo y competitivo a todos los jugadores participantes, con 2 jornadas semanales que buscará en primer lugar promover este atractivo deporte y luego proyectar el desarrollo del taller para futuros clasificatorios.

Además de promover la actividad física y el deporte, se busca la formación íntegra del individuo tratando de fomentar la autoestima como base para cualquier aprendizaje, que les permita tener seguridad en sí mismo y siempre apuntar al éxito. Es así que se entiende que la importancia del fútbol 7 nace desde un concepto integral en que todo está relacionado; lo motriz, lo cognitivo y lo afectivo social. Los beneficios físicos más relevantes en los deportistas son:

- Aumento de las capacidades físicas.
- Mejoramiento en el sistema cardiovascular y pulmonar.
- Potenciar el sistema óseo y muscular
- Estimular la coordinación y motricidad
- Disminuir el sedentarismo
- Prevenir la obesidad y enfermedades cardiovasculares

7.5.4. Objetivos del Taller

- Fomentar entre los participantes de cada clasificatorio la adquisición de hábitos permanentes de actividad física y deportiva, como elemento para su desarrollo personal y social.

- Hacer de la práctica deportiva un instrumento para la adquisición de valores tales como la solidaridad, la colaboración, el dialogo, la tolerancia, la no discriminación, la igualdad de sexos y el juego limpio.
- Potenciar las habilidades deportivas en cada jugador de futbol 7 e incentivar la práctica deportiva.

7.5.5. *Contenido del Taller*

7.5.5.1.Importancia del Futbol 7

7.5.5.2.El futbol 7 en el cantón Loja

7.5.5.3.Importancia de participar en Tornos clasificatorios de Salcedo Castro

7.5.5.4.Ataque

7.5.5.5.Defensa:

7.5.5.6.Ataque y defensa

7.5.6. *Tiempo de duración del Taller*

Torneos Salcedo Castro a través del director técnico Iia Castro Semianova AT del equipo Mushuc Runa de la Serie A del Futbol Ecuatoriano brindará estos talleres en enero, junio y diciembre en Mama Lola ubicado en el Valle Auspiciante Oficial de Torneos Salcedo Castro.



7.5.7. Conclusiones del Taller

Utilizar el deporte como una vía de desarrollo para el ser humano es primordial. El sedentarismo y la obesidad son los principales problemas que atacan a nuestros jóvenes de hoy en día.

El realizar actividad física a través del fútbol 7 es mucho más satisfactorio y motivador para jóvenes, ya que en las etapas de desarrollo en que estos encuentran, están en la búsqueda permanente de nuevas experiencias y una mejora en sus relaciones interpersonales.

La manipulación de elementos, el saltar, correr, girar, entre muchas otras, son las formas de trabajo más eficientes para que cada uno de los individuos tengan un buen crecimiento motor y se vea afectado en etapas futuras.

Además de formar personas integrales, existe la posibilidad de formar grandes deportistas que se pueden proyectar en esta disciplina. A esos individuos usar estrategias que los ayuden a seguir surgiendo, todo visto desde una mirada provechosa hacia una mejor vida.

Es así que, a través de Torneos Salcedo Castro, se trabajara en la base de estrategias adaptadas a las necesidades de cada uno de los individuos, donde se va a recalcar dos puntos importantes; una buena calidad de vida, y la formación de personas integrales.

7.5.8. *Plan de Acción*

Cuadro No 54
Plan de Acción Objetivo Estratégico Nro.5

OBJETIVO ESTRATEGICO	Elaborar un taller de capacitación a los jugadores sobre la importancia del Fut7				
MERCADO META	Promocionar a los jugadores de fútbol 7				
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	Responsable	Inicio	Fin	Costo
Instruir al jugador lojano sobre la importancia de participar en cada clasificatorio	Realizar un informe preliminar en el taller de todos los beneficios que se dará a cada jugador durante el clasificatorio	Presidente	01/06/2022	03/06/2022	0
Incentivar a cada equipo de la ciudad de Loja a participar en cada clasificatorio	Realizar invitaciones a los equipos mediante el medio de comunicación auspiciante y la Liga Nacional de FUT 7	Presidente	01/06/2022	03/06/2022	0
Mejorar el nivel técnico de cada jugador	Dar el conocimiento a cada jugador sobre regates, lesiones, remates, etc.	Prof. Iliá Castro, Prof. Geovanny Cumbicos, Franklin Salas, Damián Manso	01/06/2022	03/06/2022	0
Traer a profesionales y ex glorias deportivas Nacionales a la ciudad como el Profesor Iliá castro	Incentivar a ex glorias lojanas a que den este taller para fomentar la exportación de talentos lojanos.	Presidente	01/06/2022	03/06/2022	0

Elaborado por: Hugo Andrés Salcedo Castro

Fuente: Tabla Nro.46

8. CONCLUSIONES

- En Loja hay pocas oportunidades para que talentos lojanos puedan fichar por clubes nacionales o internacionales, es por esto que se realizó convenios con los Medios de comunicación para que se haga una promoción de estos talentos en cada Clasificatorio que haga Torneos Salcedo Castro.
- Torneos Salcedo Castro realizó convenios con la Federación Ecuatoriana de FUT 7 para realizar en Loja cada clasificatorio Nacional, contratando Cancha Sintética, Arbitraje calificados para que los ojeadores como Juan Aguinaga y Marcelo Velazco vengan a fichar a sus clubes los talentos lojanos.
- Se realizó un cronograma de eventos deportivos cada año previamente analizados y planificados, este tendrá la ventaja de que cada Torneo será auspiciado por una empresa o medio de comunicación, estos cubrirán casi todos los costes que ocasionan un magno evento.
- Se elaboró un taller sobre la importancia de practicar el FUT 7 servirá a los talentos lojanos ya que potenciará sus cualidades técnicas previo a cada competición, y a su vez tendrán una oportunidad de mejorar la calidad de vida de estos jugadores y sus familias ya que pueden ser fichador por un club de la Serie A de FUT 7 o en el exterior.
- Torneos Salcedo Castro elaboró un plan aprobado por el COE Cantonal para dar vía libre a cada Clasificatorio ya que cumple con todas las normas de Bioseguridad, incluso hace la contratación de la Lic. Carolina Patiño Romero Licenciada en Enfermería para que controle este protocolo de bioseguridad en cada clasificatorio.

- Los ingresos Anuales a Torneos Salcedo Castro rodean los \$20000,00 (veinte mil dólares) lo que la hace una empresa sólida y bien posicionada en el mercado ya que hablar de Torneos Salcedo Castro es hablar de torneos de élite en la región sur del país con la garantía de autoridades como el Ing. Jorge Bailón Abad alcalde de Loja y el Lic. Ramiro Palacios concejal de Loja.

9. RECOMENDACIONES

- Realizar convenios con los medios de comunicación para que en el futuro se pueda hacer una Escuela de Fútbol para que desde muy pequeños puedan participar en torneos de su categoría e introducir a esa corta edad el amor por el fútbol auspiciado por aquellos medios de comunicación de cada torneo.
- Pedir conjuntamente con la Federación Ecuatoriana de FUT 7 que los ojeadores se lleven a los talentos lojanos, pero con un contrato de trabajo, ya que esto les asegurará estabilidad económica tanto a jugador como a sus familias.
- Elaborar en el cronograma de Torneos un espacio para realizar campañas en la zona rural de Loja para invitar a jugadores que puedan participar en cada Clasificatorio.
- Recordar en cada fecha a cada equipo que al entrar al Complejo Deportivo cumplir con las normas de bioseguridad estas son colocación de la mascarilla, utilización del gel de manos, y desinfectar el cuerpo con alcohol en la entrada de la Cancha Sintética.
- Pedir el apoyo de el Municipio de Loja y el Consejo Provincial de Loja su ayuda para que en Loja pueda ser sede de un Mundial de FUT 7, con los mejores equipos del continente lo que multiplicaría los ingresos a Torneos Salcedo Castro, incrementará el Turismo y las Instituciones Públicas ganaran aceptación en la ciudad de Loja.

10. BIBLIOGRAFÍA

- 7, A. N. (2020). *Cómo jugar ligas fútbol 7: reglas, alineación*.
- Arias, A. (2018). Talentos deportivos en CS Emelec. *Estadio*.
- Arias, C. (2019). ENCUESTA ONLINE MÁS FACIL PANDEMIA. *GOOGLE SOLUTIONS*.
- Bourdieu, P. (2020). La Política y el Fútbol. *FUTBOL 90 ESPN*.
- Castro, M. (2017). El seguimiento y la promoción del jugador de fútbol. *CASTRO LOAYZA*.
- Castro, M. (2021). *FUT 7 Castro Loayza*. Loja: Castro Loayza.
- Cumbicus, J. (2013). *PARÁMETROS PARA LA PROMOCIÓN DE TALENTOS*. Loja.
- Eguiguren, O. (2018). IFA 7 en Loja. (E. Deportivo, Entrevistador)
- EquFutsal. (2019). Aspectos fisiológicos del Fútbol.
- Espinoza, R. (2014). *DAFO*. CEO DE ESPINOZA.
- FIF7. (2020). *FIF 7 Home* . Suiza.
- FIFA. (2014). *Futbol Mundial*. Suiza.
- FIFA. (2020). *Página Oficial de la Fifa*. Obtenido de <https://es.fifa.com/>
- Hora32, D. L. (2020). El ambiente y el fútbol.
- IFA7. (2020). *About IFA 7*. Obtenido de Página Oficial del IFA 7:
<https://www.ifa7.com/aboutifa7/>
- Jimenez, A. (s.f.). El proceso de formación del jugador durante la etapa de iniciación deportiva.

lifeder.com. (28 de abril de 2020). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tecnicas-de-investigacion/>

Lopez, R. (2016). *ESTRÉS EN EL FÚTBOL (VIII): FACTORES SOCIALES*.

Medrano, H. (2019). *EL SEGUIMIENTO Y LA PROMOCION DEL JUGADOR DE FUTBOL*. Suiza.

Mejía, C. (2013). Fundamentos Conceptuales en torno al área de la administración deportiva. *Educación Física y Deporte*.

Montero, J. (2014). Promoción deportiva y formación de la cultura e identidad deportiva en la Universidad Deportiva del Sur.

Moreira, V. (2013). Participación, poder y política en el fútbol argentino.

Moreno, B. (2015). *“Sistema automatizado para el control de la fiabilidad de la información en la gestión de los. Ambato.*

Moreno, B. (2015). *La demanda de equipos y jugadores que desean participar en el torneo de fútbol 7. Pelileo.*

Muñoz, V. (2021). El futbol Ecuatoriano e crisis. *VITOUGARTE*.

Ochoa, S. (2013). El Futbol Sala o Futsal. 2.

Ontaneda, C. (11 de Febrero de 2021). Copa Venus. (H. Salcedo, Entrevistador)

Pacheco, R. (2004). *Fútbol: la enseñanza y el entrenamiento del fútbol 7*. España: Paidrotibo.

Paez, J. (2015). Formación Técnica del Futbolista.

Porter, M. (2011). *Qué es la estrategia?* Harvard Business Review.

Relaño, A. (2001). *El fútbol contado con sencillez*. Madrid.

Rincón, Y. (2017). *OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE*. Bogota, Colombia.

SportFutbol. (2020). Breve reseña histórica del Fútbol 7. *STARFUTBOL*, 1.

Suarez, L. (2017). Aspectos Técnicos Fundamentales del Fútbol Sala.

Telegrafo, E. (2021). El Fútbol y el Covid 19. *El Telegrafo Deporte*.

Vanguardia, L. (2021). Crisis Económica en el Fútbol. *La Vanguardia*.

II. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A LOS DIRIGENTES DE FUT 7 LOJA

La información del siguiente cuestionario servirá exclusivamente y de forma confidencial para conocer los gustos y preferencias de dirigentes de equipos lojanos en cuanto a los Clasificatorios de FUT7 Nacional que realiza Corporación Salcedo Castro en la ciudad de Loja.

Desde ya anticipo mi agradecimiento a su colaboración.

NOMBRE:

EQUIPO:

- 1) ¿Cómo es el acercamiento de los clubes a los medios de comunicación de la ciudad de Loja para transmitir su imagen?**

.....
.....

2) **Considera que tener un agente de jugadores es:**

.....
.....

3) **¿Considera que parte de los premios que obtienen los clubes deben ser designados a la contratación de estos agentes?**

.....
.....

4) **¿Considera que a través de los Campeonatos clasificatorios Nacionales los Scouting se interesaran en el talento lojano?**

.....
.....

5) **¿Cómo calificaría el ingreso que perciben los clubes por traspasos entre jugadores?**

.....
.....

6) **Los convenios que realizan los medios de comunicación con la Organización de los clasificatorios son:**

.....
.....

7) **¿Cree usted que los organizadores del clasificatorio de FUT 7 hacen un buen marketing del evento deportivo?**

.....
.....

8) Difundir cada clasificatorio por televisión antes que cadenas radiales es:

.....
.....

9) Considera que el dinero que percibe un agente por el traspaso de su jugador es:

.....
.....

10) El aporte de Instituciones públicas para la realización de cada clasificatorio es:

.....
.....

11) El aporte de empresas privadas para la realización de cada clasificatorio es:

.....
.....

12) La idiosincrasia del futbolista lojano a querer salir hacer carrera de FUT 7 player es:

.....
.....

13) ¿Cómo calificaría la intervención de los medios de comunicación en los clasificatorios realizados hasta el momento?

.....
.....

14) El seguimiento del organizador al jugador traspasado a un equipo Nacional es:

.....
.....

15) ¿Cómo calificaría el seguimiento y evaluación que realizan los equipos nacionales con la publicidad de los medios?

.....
.....

16) ¿Considera a los Torneos Clasificatorios de nuestra ciudad como una oportunidad de mejora de vida por el ingreso económico de los clubes?

.....
.....

17) ¿Cómo calificaría la intervención del director técnico en el traspaso de cada jugador?

.....
.....

18) ¿Cómo califica los contratos que ofrecen los clubes nacionales a los jugadores?

.....
.....

19) ¿Considera que el club debe recibir un ingreso adicional si el jugador es traspasado internacionalmente como derechos de formación?

.....
.....

20) ¿Los medios de comunicación locales deberían hacer convenios con la Federación Ecuatoriana de FUT 7?

.....
.....