



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA INGENIERÍA EN MARKKETING

**MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN-
(INFORME FINAL) PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MARKETING”**

TEMA:

**APLICACIÓN DEL MARKETING PERSONAL PARA EL
RECONOCIMIENTO DEL DEPORTISTA DE ALTO RENDIMIENTO DE
LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE BOLÍVAR, A LA SOCIEDAD, AÑO
2015.**

AUTOR:

JOAN ANDRÉ VELOZ CHAGUAY

DIRECTOR:

ING: CHARLES VISCARRA

PARES ACADÉMICOS:

ING: JAVIER GARCÍA

LCDO: BLADIMIR GUARNIZO MSc.

GUARANDA-ECUADOR

AÑO 2017

A quienes interese

ING. CHARLES VISCARRA, docente **DIRECTOR**, del **PROYECTO DE INVESTIGACION**, (Modalidad de Titulación), a petición de parte interesada

CERTIFICA:

Que las sugerencias y recomendaciones realizadas por mi persona en calidad de director del proyecto de investigación, denominado “**APLICACIÓN DEL MARKETING PERSONAL PARA EL RECONOCIMIENTO DEL DEPORTISTA DE ALTO RENDIMIENTO DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA DE BOLÍVAR, A LA SOCIEDAD, AÑO 2015**” cuyo autor es **JOAN ANDRE VELOZ CHAGUAY** estudiante de la carrera de Ingeniería en Marketing; ha sido acogida por lo que presento mi aval para que se continúe con el trámite correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 20 de marzo del 2017

.....
Ing. Charles Viscarra
Docente
DIRECTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Joan André Veloz Chaguay con cédula de identidad 020163150-4, declaro ser el autor del presente trabajo es de mi exclusiva responsabilidad, se prohíbe la reproducción total o parcial sin la autorización del autor.

Joan André Veloz Chaguay
C.I: 020163150-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Dr.: Carlos Ribadeneira
Presidente		
Ing.: Charles Viscarra
Director		
Ing.: Javier García
Par Académico 1		
Lcdo.: Bladimir Guarnizo MSc.
Par Académico 2		

DEDICATORIA

Primeramente a mi DIOS por permitirme culminar mi carrera profesional, a una persona especial la cual veo oportuno nombrarla pese a que no está con nosotros lo considero como mi segundo padre a mi tío Ángel Clotario Veloz Toro quien nos guía desde el cielo, a las personas que son el pilar fundamental en mi vida mi Madre Cecibel Chaguay Cortes, mi padre Galo Veloz, mis herman@s Domenika Veloz Chaguay, Aldo Veloz Chaguay, Jessahela Veloz Chaguay mi sobrino Thyaago Veloz, y a mi tío Cesar Veloz Toro quienes con su apoyo incondicional me motivaron a seguir adelante y no darme por vencido pese a las adversidades, a ellos se los dedico.

Joan André Veloz Chaguay

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la licenciada Madeleine Maiguashca, a la licenciada Silvanita Arteaga, por el apoyo recibido en mi etapa como estudiante por parte de estos seres espectaculares también, quiero expresar mi efusivo agradecimiento al ingeniero Charles Viscarra por la paciencia y horas de trabajo, por no ser un docente sino más bien un amigo, ya que gracias a los antes mencionados no estuviera atravesando por esta alegría de culminar mi fase académica para convertirme en un profesional, gracias a ustedes por todo lo que hicieron hacia mi persona.

No por ser menos importante también mis sinceros agradecimientos a una gran persona como lo es el Lcdo. Jaime Avilés.

A la Universidad Estatal de Bolívar a la facultad de ciencias administrativas y a la carrera de ingeniería en marketing; a mis pares como son, Ingeniero Javier García y el Lcdo. Bladimir Guarnizo, por las valiosas sugerencias, por su tiempo brindado, y gracias por su apoyo a culminar este presente proyecto de investigación.

Gracias totales.

Joan André Veloz Chaguay.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICADO DEL DIRECTOR	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	IX
RESUMEN EJECUTIVO	X
SUMMARY	XI
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA	2
Marketing Personal.....	2
Identidad Corporativa.....	2
Estrategias	3
Isotipo.....	3
Marketing Subtítulos	3
Marketing Personal.....	3
Plan De Marketing.....	4
Publicidad.....	4
Slogan.....	4
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	5
Entrevista.....	5
TEORÍA REFERENCIAL	6
MÉTODOS	7
Inductivo.....	7
Deductivo	7
Analítico	7
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	8
Investigación Descriptiva	8
Investigación Bibliográfica	8

Investigación De Campo	8
Investigación Cuantitativa	8
FICHA DE OBSERVACIÓN	10
ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL PRESIDENTE DE LA FDB.....	11
ANÁLISIS FODA.....	12
FORTALEZAS	13
OPORTUNIDADES	13
DEBILIDADES	13
AMENAZAS	13
ANÁLISIS INTERNO	14
ANÁLISIS EXTERNO	15
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	16
Variable Independiente.....	16
Variable Dependiente:	18
DISCUSIÓN	22
OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA PROPUESTA	23
OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO PERSONAL	23
PLAN OPERATIVO PROPUESTA.....	25
PRESUPUESTO GENERAL DEL PLAN OPERATIVO.....	28
DISCUSIÓN	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	31
APÉNDICES.....	32

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Índice de gráficos

Gráfico N° 1: Ubicación Geográfica del Trabajo de Graduación	6
Gráfico N° 2: Uniforme Exterior	32
Gráfico N° 3: Uniforme de competición.....	32
Gráfico N° 4: Guantes para levantamiento de pesas.....	33
Gráfico N° 5: Toma todo	33
Gráfico N° 6: Bolso deportivo	34
Gráfico N° 7: Gorra deportiva	34
Gráfico N° 8: Canguro	35
Gráfico N° 9: Imagen personal	36

Índice de tablas

Tabla N° 1: Análisis FODA	12
Tabla N° 2: Análisis Interno	14
Tabla N° 3: Análisis Externo	15
Tabla N° 4: Variable Independiente	16
Tabla N° 5: Variable Dependiente	18
Tabla N° 6: Plan Operativo – Objetivo 1	25
Tabla N° 7: Plan Operativo – Objetivo 2.....	26
Tabla N° 8: Plan Operativo – Objetivo 3.....	27
Tabla N° 9: Presupuesto General del Plan Operativo	28

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de Investigación se realizó al deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar empleando una investigación acorde, para reconocimiento del deportista mediante el marketing personal.

El deportista de alto rendimiento viene obteniendo buenos resultados en las diferentes participaciones en juegos nacionales, pero en la competencia que tuvo excelentes resultados fueron en los juegos nacionales del 2015 obteniendo medalla de oro, por lo cual es necesaria la aplicación del marketing personal para que sea reconocido dentro de nuestra sociedad así diferenciarse de los demás deportistas.

Para la obtención de resultados logramos información veraz y oportuna lo que nos dio una idea clara de los diferentes problemas con los que cuenta el deportista de alto rendimiento, para así tratar de solucionarlos a la brevedad posible, se aplicaron entrevistas y fichas de observación, las mismas que nos dieron información clara, las que nos ayudó a identificar donde existen falencias y desconocimiento de marketing personal por parte de los deportistas de alto rendimiento con las que cuenta la federación, lo que influye en forma negativa para la federación deportiva de Bolívar.

El deportista de alto rendimiento de la federación en el año 2015 es la única que ha obtenido medalla de oro en halterofilia (levantamiento de pesas) es necesario el proyectar la imagen de calidad del deportista a la sociedad ya que nos está representando de la mejor manera en las diferentes competencias a las que asiste.

En la propuesta se dan a conocer las diferentes estrategias las mismas que se encuentran desarrolladas de acuerdo a los resultados de la investigación que se realizó, las cuales deben ser aplicadas con el propósito de crear una marca personal de calidad, realizando el respectivo seguimiento para desarrollo de la propuesta.

Por tal razón es de suma importancia aplicar las estrategias necesarias con el propósito de obtener una imagen de calidad y prestigio por parte del deportista de alto rendimiento, el mismo que fortalecerá la imagen de la Federación Deportiva de Bolívar.

SUMMARY

The present research project, was realized to a high performance athlete of The Bolívar Sports Federation, using an investigation appropriate, for recognition of the athlete through personal marketing.

The high performance athlete has been getting obtained goods results in the differents participations in the National Games, but in the competency that got great results was in the 2015 National Games, obtaining the gold medal. Therefore is necessary the personal Marketing application for that recognized within our society thus differentiate itself from the other athletes.

To get results we obtain truthful and oportune information, which gave us a clear idea of the different problems that has the athlete, and to try to solve as soon as possible, interviews and observation sheets were applied, which gave us clear information, which helped to identification where there are falences and lack of personal Marketing by high performance athletes that has the Federation. That including in negative form by the Bolívar Sports Federation.

The high performance athlete of Federation in the year 2015 is the only that got the gold medal in weightlifting. It is necessary to project the quality image of the athlete to society because she is representing us the better maner in the different competencies that attendt.

In the proposal is made known the distinct strategies which are developed according the results of the investigation that was developed must be applied for the purpose of creating a personal quality brand, doing the respective follow-up for the development of the proposal.

For that reason is very important applicated the necessary strategies with the purpose of obtaining an image of quality and prestige on the part of the high performance athlete, the same one that will strengthen the image of Bolívar Sports Federation.

INTRODUCCIÓN

La Federación Deportiva de Bolívar en la actualidad carece de una buena imagen institucional peor aún para sus deportistas que carecen de una marca personal lo que trae como consecuencia, que la sociedad vea con mala cara la imagen para con los deportistas, lo que trae como resultado su mala participación dentro de las diferentes competencias realizadas a nivel nacional.

El marketing personal logrará el posicionamiento de la marca del deportista de alto rendimiento en la sociedad lo que conllevará a su posterior identificación, con un buen desempeño deportivo, realizando buenas presentaciones deportivas en las competencias a las que acuda, de esta forma alcanzará los objetivos propuestos lo que conlleva a tener buena imagen y prestigio para el deportista y la federación.

El estudio y su análisis de la investigación realizada hacia el deportista de alto rendimiento podemos destacar la importancia de la aplicación de nuestra propuesta desarrollándola y aplicando las estrategias necesarias destinadas a mejorar la imagen del deportista de alto rendimiento, dando a conocer sus atributos y desempeño deportivo, mediante la publicidad necesaria con la elaboración del isotipo con los colores del deportista e institucionales, slogan, elaboración de afiches, banners, etc., con la finalidad de contribuir al desarrollo personal y profesional del deportista.

Le ayudará como guía para conocer los fundamentos de la imagen personal, así como las pautas o lineamientos para la elaboración y aplicación, de esa manera le ayude a realizar las diferentes estrategias y acciones de cambio para alcanzar los objetivos que se haya propuesto el deportista de alto rendimiento, para el interés personal e institucional.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Marketing Personal

Consiste en, a partir de unos objetivos marcados de vida personal y/o profesional, elegir las estrategias y herramientas más adecuadas para conseguir estos objetivos, teniendo en cuenta la realidad de las personas que conviven con nosotros a nivel de relación y en muchas ocasiones en competencia, y todo ello dentro de un entorno cambiante” “Marketing Personal no es apariencia, es imagen y esta se consigue con actitud, demostrando pasión por lo que hacemos, las personas con pasión tienen brillo, son personas que innovan, que crean, son personas que sorprenden.

Básicamente es venderse así mismo, mostrando la mejor cara, sin mentiras, conociéndose muy bien y resaltando lo mejor de sí para ser seleccionado.

Identidad Corporativa

“Identidad”, es una de las piezas claves de la comunicación en empresas e instituciones y solo una Identidad Corporativa, fuerte, coherente y consistente permitirá a esta organización adaptarse a los cambios, cambios que llevan a sus responsables en materia comunicativa realicen continuos estudios de imagen que lo permita:

- Conocer la marca y el producto, en este caso a la persona
- Definir el producto o servicio
- Determinar sus atributos positivos y negativos
- Acentuar las consecuencias y efecto de la publicidad
- Determinar la credibilidad y la aceptación que tiene esa imagen.

Los componentes de Identidad Corporativa mencionamos a continuación:

- **La Tipografía.** - Aspecto determinante para integrar y determinar la marca.

- **Los colores.** - Paleta de colores bien definida. Ver el logotipo se recuerde el tema automáticamente.
- **Imagen o Símbolo.** - Generalmente representado por un dibujo vectorial, usándose uno o dos colores, incluso más.
- **La leyenda o el tema.** - Este es un elemento de agregación, se intenta exponer una idea y con solo ver el logotipo se recuerde el tema automáticamente.

Estrategias

Acciones específicas para el cumplimiento de los objetivos de la empresa. En cuanto a la difusión de la identidad corporativa se utiliza medios grupales, masivos o interpersonales.

Isotipo

Se denomina isotipo a la simbología gráfica abstracta, que puede representarse en distintas formas geométricas, siendo esta la parte llamativa. Por otro lado, el logotipo puede presentarse de dos formas: en forma de gráfico o simplemente con las mismas letras de la marca.

Marketing Subtítulos

Consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad, aquí mencionaré una definición más corta Marketing consiste en “satisfacer necesidades de forma rentable”.

Marketing Personal

Es un elemento muy importante para alcanzar el éxito personal y profesional, ya que permite, al que lo aplica de una manera idónea o correcta, vender positivamente su imagen, para alcanzar y lograr los objetivos y propuestas.

Plan De Marketing

Es un documento que forma parte de la documentación de planificación estratégica de una empresa, sirve para recolectar la información necesaria sobre los objetivos y estrategias que se van a aplicar, por consiguiente, también de las acciones que van a ser necesarias el que se las realice para obtener estos objetivos.

Publicidad

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de medios de comunicación.

Slogan

Se puede decir que es el complemento de un producto, personas, institución, entre otras para formar confianza”.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En lo que respecta a la investigación de mercados mencionamos a continuación la herramienta aplicada en nuestro proyecto de investigación.

Entrevista

Está compuesta por una charla, un diálogo una conversación donde dos o más personas se reúnen para tratar o resolver un asunto.

TEORÍA REFERENCIAL

La Federación Deportiva de Bolívar se encuentra ubicada en la Av. Guayaquil y Lucas Campana, sector la Humberdina en la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar y su jurisdicción se extiende a toda la provincia.

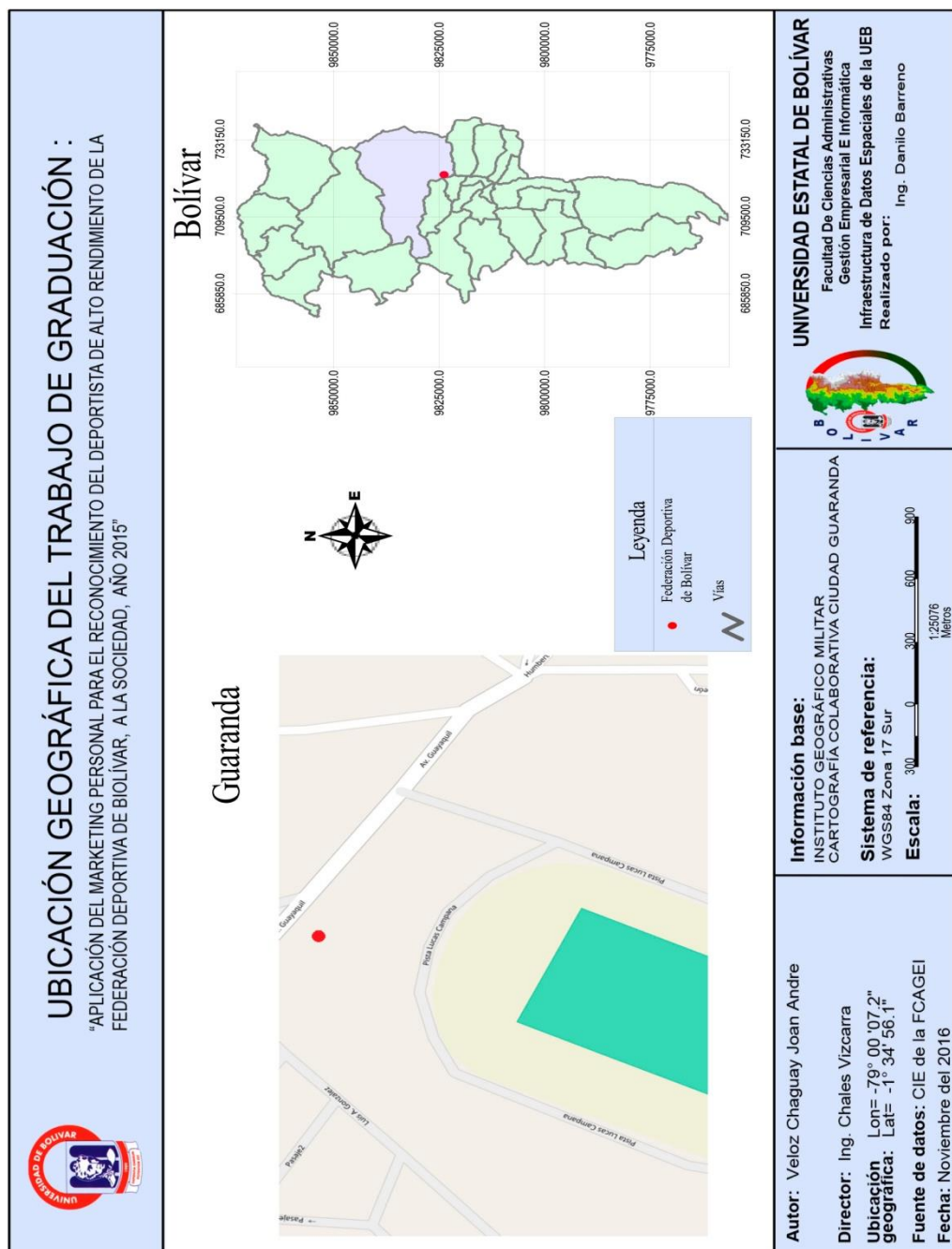


Gráfico N° 1: Ubicación Geográfica del Trabajo de Graduación

MÉTODOS

Para la aplicación de mi proyecto se utilizaron los siguientes métodos:

Inductivo. - Al aplicar este método identificaremos con claridad la existencia de uno o varios problemas, esta metodología va de lo particular a lo general, con una secuencia o paso a paso, determina las causas de lo más complejo a lo más sencillo, es un método científico que se obtienen conclusiones generales a partir de indicios específicos.

Se refiere a al método más usual, en el cual se distinguen cuatro pasos; **la observación inductiva**, que parte de los hechos para su registro; **la clasificación** y el estudio de los mismos; **la derivación inductiva** que parte de los hechos y que permite llegar a una generalización.

Deductivo. - Mediante la realización de este método exhibe que las conclusiones se hallan incluidas dentro de los indicios, esto quiere decir que las conclusiones es una consecuencia de los mismos: cuando los indicios resultan verdaderos, el razonamiento es justificado y tiene validez, no existe manera alguna de que la conclusión no sea verdadera.

Analítico. - Este método me ayuda para que una vez analizado el problema lo ordene y lo estructure de una manera correcta mediante la investigación, dicho método consiste en la segmentación y descomposición de sus elementos para observar las causas, la naturaleza y sus efectos.

Este método nos ayuda a tener una idea más clara del objeto al cual vamos a estudiar, con el que se puede: explicar, hacer similitudes, comprender mejor su comportamiento y establecer teorías nuevas.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva. - También conocida como investigación estadística, describe los datos y este debe tener impacto en las vidas de la gente que le rodea.

Investigación Bibliográfica. - Es aquella etapa de la investigación en donde se sustenta la búsqueda sobre un determinado tema o problema, la misma que es recopilada en enciclopedias, libros, páginas web, revistas y folletos de información que son muy útiles para que me permita adelantar en mi proyecto de investigación y buscar solución para los problemas que se hayan presentado.

Investigación De Campo. - Este tipo de investigación se la realiza en el lugar de los hechos y se la comprueba con recopilación de datos, mediante la aplicación de entrevistas y fichas de observación, las mismas se emplearon al deportista en mención, personal administrativo y técnico.

Investigación Cuantitativa. - Es aquel método que procede decidir a la persona entre diferentes opciones, utilizando magnitudes numéricas los cuales se utilizan para ser tratadas mediante datos estadísticos, el que servirá a continuación con la realización del Proyecto de Investigación.

RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Entrevista

El deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar no cuenta con una marca personal establecida, al momento de realizar la entrevista nos supo manifestar de que si le gustaría que se aplique nuestro proyecto en beneficio del deportista, porque no cuenta con el apoyo necesario de alguna empresa o institución a la cual quiera representar.

Nos manifestó de que es necesaria la aplicación de dicho proyecto puesto que existen algunos deportistas en las diferentes disciplinas deportivas que sobresalen de los compañeros ya que es el resultado del esfuerzo pese a no tener lo necesario para entrenar en un nivel acorde a las exigencias de las demás federaciones o demás deportistas con las que cuenta el país.

En una sociedad cambiante es necesario sobresalir de la competencia y es necesaria la aplicación del proyecto de marketing personal, ya que con la aplicación del mismo la sociedad tendrá el conocimiento de que existen buenos deportistas dentro de la provincia y dentro de los diferentes cantones a las que pertenecemos, el problema es que no son conocidos lo que resta oportunidades de desarrollarse en forma personal e institucional.

Considera que es necesaria la aplicación del proyecto puesto que una vez aplicada al deportista tendrá mayores oportunidades de desarrollo, aplicando las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos propuestos esforzándose en cada competencia de esta manera poder alcanzar la excelencia deportiva y reconocimiento dentro de la sociedad.

FICHA DE OBSERVACIÓN

La Federación Deportiva de Bolívar no cuenta con los instrumentos o materiales necesarios para cubrir con las necesidades de los deportistas en las diferentes disciplinas deportivas lo que ocasiona que los practicantes no se desarrollen de la mejor manera, o no entrenen al 100% lo que trae como consecuencia de que en las competencias no tengan un buen desempeño, por supuesto que no todas las disciplinas están un poco descuidadas hay sus excepciones pero de la misma manera no tienen el 100% de equipamiento deportivo, lo que hace que la sociedad vea con mala cara a la Federación.

Al momento de realizar las observaciones necesarias a los diferentes deportistas con las que cuenta la Federación, ninguno aplica el marketing personal, ninguno tiene su marca propia que lo diferencie de los demás deportistas lo que es perjudicial para cada uno de los deportistas porque les quita la oportunidad de ser reconocidos a nivel local y nacional, lo que trae como resultado que pasen desapercibidos dentro y fuera de la misma institución y provincia a la cual ellos representan.

El desempeño que tiene en los entrenamientos nuestro deportista de alto rendimiento es el adecuado pese a que no cuenta con los equipos necesarios para su preparación ha sabido como sobrellevar esta situación, por esta razón es necesario implementar nuestro proyecto de investigación en beneficio del deportista para que de esta manera las instituciones que estén interesadas en ayudar o se conviertan en auspiciantes del deportista de alto rendimiento dotándolo de los materiales necesarios para su preparación, así obtener buenos resultados en las diferentes competencias a la que acuda, en este sentido se verá beneficiado el deportista y la institución que sea su auspiciante por que realizará publicidad de la institución dentro y fuera de la institución, a su vez la Federación también se verá beneficiada puesto que el deportista hace quedar bien a la provincia con su excelente participación, lo que trae como resultado de que la sociedad cambie su pensamiento negativo hacia Federación Deportiva de Bolívar por un criterio a favor de la misma, así muchos más deportistas despertarán el deseo de pertenecer a la Federación.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL PRESIDENTE DE LA FDB

Manifestó que al aplicar el marketing personal para el deportista de alto rendimiento será beneficio, ya que ningún deportista cuenta con una marca personal que lo diferencie de los demás deportistas con las que cuenta la Federación Deportiva de Bolívar, una vez aplicado el proyecto de investigación, se verá involucrada la sociedad guarandeha y provincial puesto que una vez que sea reconocido el deportista, al momento de tender participaciones fuera de la provincia habrá el interés por parte de las diferentes empresas tanto públicas como privadas de la localidad que tendrán la intención de auspiciar y apoyar al deportista, ya sea en la preparación dotándolo de los materiales necesarios para su desarrollo, por consiguiente se verán beneficiados de realizar publicidad de su empresa dentro y fuera de la provincia, puesto que en la indumentaria deportiva ira los logos de los auspiciantes en este sentido las empresas interesadas apoyarán con lo necesario para la preparación del deportista, lo que tendrá como resultado de que el deportista siga obteniendo buenos resultados en sus diversas participaciones y así al momento de asistir a una determinada competencia ya sea local o provincial el antes mencionado tendría oportunidades de representar a la provincia en competencias internacionales llevando el logotipo de las empresas auspiciantes lo que será beneficioso que el deportista está realizando publicidad de las instituciones que lo auspician.

Ninguno de los deportistas los que representa a la Federación Deportiva de Bolívar no cuenta con una marca personal los cual es perjudicial para los deportistas por lo que no son reconocidos dentro de la provincia peor fuera de la misma, La Federación carece de los materiales necesarios para la preparación de los deportistas en las diversas disciplinas, solo cuentan con lo básico para las disciplinas con las que cuenta la federación lo que es dañino para los deportistas por que no cuentan con una preparación de alto nivel en comparación con las demás federaciones que tiene el país.

Es conveniente, que se realice la aplicación del marketing personal mediante el cual podamos mejorar la imagen del deportista y a su vez de la institución a la que representa, lo que cambiará rotundamente la mente negativa de la sociedad para con la federación, así se verán interesados más deportistas en formar parte de las diferentes disciplinas deportivas con las que cuenta la Federación Deportiva de Bolívar.

ANÁLISIS FODA

Tabla N° 1: Análisis FODA

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1. Buena preparación deportiva. O2. Apoyo de una empresa pública o privada. O3. Participar en las competencias nacionales. O4. Obtener créditos deportivos.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS (F-O)	ESTRATEGIAS (F-A)
F1. Puntualidad. F2. Cumplir con los entrenamientos requeridos. F3. Sentido de pertenencia con la institución. F4. Esfuerzo en cada competencia.	F1-O1. Dándome a conocer entrenando arduamente. F2-O2. Resaltar mis capacidades deportivas con apoyo institucional aplicando valores. F3-O3. Entrenar fuera de la F.D.B. F4-O4. Superar mis marcas personales.	F1-A1. Entrenar fuera del horario habitual. F2-A2. Entrenamientos fines de semana. F3-A3. Establecer nuevos horarios de entrenamiento. F4-A4. Elaborar un cronograma de entrenamientos para llevar un control de los mismos.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS (D-O)	ESTRATEGIAS (D-A)
D 1. No contar con indumentaria necesaria para las competencias. D 2. Carecer de una imagen propia. D 3. No contar con el apoyo de las instituciones tanto públicas como privadas. D 4. No ser reconocida a nivel local.	D1-O1. Al contar con una indumentaria acorde, contando con el patrocinio necesario. D2-O2. Elaborar un diseño de marca personal. D3-O3. Utilizar el logo de las instituciones que apoyen el auspicio, para hacer publicidad en las competencias que asista. D4-O4. Ser la imagen publicitaria de alguna institución, pública o privada.	D1-A1. En la indumentaria vaya el isotipo personal así se diferenciará de la competencia. D2-A2. Crear el logotipo con los colores personales e institucionales. D3-A3. Comunicar sobre la deportista en las redes sociales, así será reconocida a nivel local. D4-A4. Creación de banners

FORTALEZAS

1. Puntualidad.
2. Cumplir con los entrenamientos requeridos.
3. Sentido de pertenencia con la institución.
4. Esfuerzo en cada competencia.

OPORTUNIDADES

1. Buena preparación deportiva.
2. Apoyo de una empresa pública o privada.
3. Participar en las competencias nacionales.
4. Obtener réditos deportivos.

DEBILIDADES

1. No contar con indumentaria necesaria para las competencias.
2. Carecer de una imagen propia.
3. No contar con el apoyo de las instituciones tanto públicas como privadas.
4. No ser reconocida a nivel local.

AMENAZAS

1. Competitividad deportiva.
2. Nuevos competidores.
3. Falta de tiempo.
4. Ser perfeccionista.

ANÁLISIS INTERNO

Tabla N° 2: Análisis Interno

PRIORIZACIÓN DE FORTALEZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Puntualidad.2. Cumplir con los entrenamientos requeridos.3. Sentido de pertenencia con la institución.4. Esfuerzo en cada competencia.
PRIORIZACIÓN DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. No contar con indumentaria necesaria para las competencias.2. Carecer de una imagen propia.3. No contar con el apoyo de las instituciones tanto públicas como privadas.4. No ser reconocida a nivel local.

En el desarrollo del proyecto de investigación, el análisis interno del deportista de alto rendimiento de la federación deportiva de bolívar es un elemento muy importante para que nosotros podamos verificar que fortalezas y debilidades cuenta el deportista, lo que nos arroja resultados, los mismos que nos van a permitir elaborar una serie de alternativas las mismas nos ayudarán a conseguir el cambio y desarrollo del deportista también nos dará una pauta ¿hacia dónde quiere llegar el deportista una vez aplicado el proyecto?.

Debe existir mayor compromiso por parte de las Federación para el apoyo a los deportistas con los que cuenta, dotándolos de lo necesario para su preparación a su vez las instituciones públicas y privadas también deben formar parte de este cambio en beneficio y desarrollo de deporte bolivarense a su vez mejorar la imagen del deportista de alto rendimiento y así sea reconocido a nivel local, y por consiguiente a nivel nacional.

ANÁLISIS EXTERNO

Tabla N° 3: Análisis Externo

PRIORIZACIÓN AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Competitividad deportiva.2. Nuevos competidores.3. Falta de tiempo.4. Ser perfeccionista.
PRIORIZACIÓN OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Buena preparación deportiva.2. Apoyo de una empresa pública o privada.3. Participar en las competencias nacionales.4. Obtener réditos deportivos.

En la sociedad a la que pertenecemos se dan continuos cambios lo que nos permite inmiscuirnos en este entorno que es tan competitivo y cambiante, es por quienes estamos inmersos en la sociedad, que tenemos la obligación de darnos a conocer para diferenciarnos dentro de la sociedad, es de suma importancia que el deportista de alto rendimiento de a conocer sus logros obtenidos en las competencias en la que haya participado para que de esta manera se pueda desarrollar y diferenciar de los demás deportistas con los que cuenta la Federación y la provincia en general.

Mediante la obtención de los resultados nos permitirá tener una idea clara del perfil del Deportista de Alto Rendimiento De La Federación Deportiva De Bolívar conociendo sus oportunidades y amenazas, nos accederá saber cuál es su visión a futuro, aplicando las estrategias necesarias para la obtención de los objetivos antes previstos por parte del deportista y tendremos como resultado la inserción de la marca personal dentro de la sociedad lo que nos permitirá el posicionamiento de la marca.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente

Tabla N° 4: Variable Independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
MARKETING PERSONAL	Es un sistema total de actividades ideado para planear productos, en este caso personas, satisfactores de necesidades y deseos, cuando hablamos de marketing personal nos referimos a una metodología que permite al deportista destacar entre la competencia y poner de manifiesto sus valores que lo diferencian.	IDENTIDAD PERSONAL	PUBLICIDAD PERSONAL	¿Considera usted importante poseer una identidad gráfica propia dentro de la Federación Deportiva de Bolívar?	SUMAMENTE IMPORTANTE POCO IMPORTANTE NADA IMPORTANTE	ENTREVISTA
			COMERCIALIZACIÓN E IMAGEN PERSONAL	¿A su criterio publicitar la imagen gráfica en los medios de comunicación locales como deportista de alto rendimiento de la FDB es necesaria?	SUMAMENTE IMPORTANTE POCO IMPORTANTE NADA IMPORTANTE	ENTREVISTA
				¿Le agradaría que se realice una	DEACUERDO DESACUERDO	ENTREVISTA

			DIFUSIÓN PERSONAL	<p>estructuración de su imagen, dando a conocer sus logros alcanzados?</p> <p>¿Para asistir a las diferentes competencias a nivel Nacional considera usted que la misma la diferencia del resto de competidores?</p> <p>¿El conocimiento de los entrenadores son apropiados para satisfacer sus expectativas y le han permitido mejorar su imagen como deportista a nivel local?</p> <p>¿Qué pensaría usted si se realiza o se crea una identificación gráfica propia para su diferenciación personal y deportiva?</p>	<p>DEACUERDO DESACUERDO</p> <p>APROPIADOS INAPROPIADOS</p> <p>DEACUERDO DESACUERDO</p>	<p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p>
--	--	--	-------------------	--	--	---

Variable Dependiente:

Tabla N° 5: Variable Dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
RECONOCIMIENTO DEL DEPORTISTA	Es la acción y efecto de reconocer a alguien o a algo, o de reconocerse así mismo, del mismo modo cuando hablamos del reconocimiento que se hace a una persona, hacemos referencia al buen desempeño que esta realiza en sus labores en este caso en el deporte que practica.	IDENTIDAD GRÁFICA	MARCA Y ARQUITECTURA DE UNA MARCA	¿Considera usted que el deportista de la FDB cuenta con un manejo apropiado de su identidad gráfica?	MUY NECESARIO POCO NECESARIO NADA NECESARIO	ENTREVISTA
			IDENTIDAD CORPORATIVA	A su consideración: ¿La creación de una marca permite la diferenciación de un deportista?	DEACUERDO DESACUERDO	ENTREVISTA
				¿Considera apropiado la combinación de su identidad	APROPIADO INAPROPIADO	ENTREVISTA

			<p>POSICIONAMIENTO</p> <p>gráfica con la imagen de la Federación Deportiva de Bolívar?</p> <p>¿La difusión de las actividades que realiza la Federación Deportiva de Bolívar es la adecuada?</p> <p>¿Le parecería necesaria la difusión de su marca personal en los diferentes medios de comunicación del cantón?</p> <p>¿Le gustaría diferenciarse con su marca personal de los demás deportistas con la que cuenta la Federación</p>	<p>SIEMPRE A VECES NUNCA</p> <p>DEACUERDO DESACUERDO</p> <p>DEACUERDO DESACUERDO</p>	<p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>Deportiva de Bolívar?</p> <p>¿Aprobaría que en su indumentaria deportiva conste su identificación gráfica, con colores de su marca personal?</p> <p>¿Considera relevante que se haga constar la imagen gráfica de las empresas auspiciantes en indumentaria e implementos deportivos?</p> <p>¿Aprobaría los siguientes medios publicitarios como enlace de difusión de su marca personal: afiches, vallas, trípticos, etc.?</p>	<p>DEACUERDO DESACUERDO</p> <p>DEACUERDO DESACUERDO</p> <p>DEACUERDO DESACUERDO</p> <p>CUENTAN</p>	<p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENTREVISTA</p>
--	--	--	--	--	--	---

				¿Disponen de manuales los deportistas: Charlas permanentes, asesorías; etc.?	NO CUENTAN	ENTREVISTA
--	--	--	--	--	------------	------------

DISCUSIÓN

La propuesta del proyecto de investigación de marketing personal responde a las necesidades detectadas durante el desarrollo y elaboración del trabajo de investigación para el deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.

La realización de la propuesta del proyecto de investigación permitió estructurar o elaborar un isotipo personal para el deportista de alto rendimiento lo que permitirá su diferenciación de los demás deportistas que pertenecen a la Federación Deportiva de Bolívar, como también nos ayudó a elaborar estrategias que son en beneficio del deportista y por consiguiente de la Federación.

Los colores del isotipo son combinados con los de la federación deportiva de Bolívar los mismo serán necesarios para diferenciarse de la competencia, sin alterar los colores institucionales.

El deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar carece de un plan de marketing personal lo que conlleva a que no se reconocido dentro de la sociedad lo cual afecta en forma directa la imagen del deportista, por tal razón es de suma importancia la aplicación de este proyecto, el mismo que ayudará en forma directa a la imagen del deportista.

Al crear la marca personal del deportista de Alto Rendimiento de la federación Deportiva de Bolívar responderá sus necesidades, lo cual llenará las expectativas y necesidades del mismo, identificadas en el proceso de elaboración del proyecto de investigación.

Recomendamos al deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar primeramente analizar y seleccionar cuáles de las estrategias que queremos aplicar en beneficio del mismo, una vez escogidas las estrategias que se encuentran dentro del proyecto de investigación, aplicarlas para que de esta manera tenga beneficios tanto personales y a su vez tendrá beneficios la misma federación siendo reconocidos a nivel provincial y tenga impacto en la psicología de las personas que pertenecen a la Provincia de Bolívar.

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA PROPUESTA

Objetivos

1. Desarrollar un plan de Marketing Personal para el reconocimiento del deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.
2. Lograr el posicionamiento de la marca del deportista de alto rendimiento mediante la ejecución de un plan de publicidad.
3. Fortalecer la marca del deportista, mediante la identificación, utilizando en el isotipo los colores personales e institucionales.

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO PERSONAL

Objetivo 1

- Desarrollar un plan de Marketing Personal para el reconocimiento del deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.

Estrategias

- Determinar en qué medios se va a realizar la publicidad del deportista.
- Comunicar a la sociedad que existen deportistas de alto rendimiento en la provincia mediante redes sociales.

Objetivo 2

Lograr el posicionamiento de la marca del deportista de alto rendimiento mediante la ejecución de un plan de publicidad.

Estrategias

- Aplicación del plan de publicidad para el deportista.
- Diseño publicitario del deportista de alto rendimiento en la indumentaria deportiva.

Objetivo 3

- Fortalecer la marca del deportista, mediante la identificación, utilizando en el isotipo los colores personales e institucionales.

Estrategias

- Diseño del isotipo para el deportista de alto rendimiento con las iniciales de su nombre.
- Utilización de logotipos de las instituciones auspiciantes al deportista de alto rendimiento.
- Determinar en qué institución irá la imagen del deportista para hacer su debida publicidad.

PLAN OPERATIVO PROPUESTA

OBJETIVO 1

Tabla N° 6: Plan Operativo – Objetivo 1

OBJETIVO N°1	ESTRATEGIAS	ACTIVIDAD A REALIZAR	LOGROS	RECURSOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Desarrollar un plan de Marketing Personal para el reconocimiento del deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.	Determinar en qué medios se va a realizar publicidad del deportista	Diseño de los spots publicitarios y las direcciones de las redes sociales	Que la sociedad se entere de las actividades que realizan los deportistas de alto rendimiento	Propios	\$ 20	3 días	Joan Veloz Jaime Avilés
	Comunicar a la sociedad que existen deportistas de alto rendimiento en la provincia	Comunicación por redes sociales, y radios de la localidad.	Logros alcanzados a nivel local y nacional	Propios	\$ 200	4 semanas	Joan Veloz
TOTAL					\$ 220,00		

OBJETIVO 2

Tabla N° 7: Plan Operativo – Objetivo 2

OBJETIVO N°2	ESTRATEGIAS	ACTIVIDAD A REALIZAR	LOGROS	RECURSOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Lograr el posicionamiento de la marca del deportista de alto rendimiento mediante la ejecución de un plan de publicidad.	Aplicación del plan de publicidad para el deportista.	Implementación de vallas, banners	El deportista sea reconocido a nivel local	Propios	\$ 990,00	2 días	Joan Veloz F.D.B
	Diseño publicitario del deportista de alto rendimiento en la indumentaria deportiva.	Diseñar la publicidad del deportista para implementarlo en la indumentaria y accesorios deportivos.	Diferenciación de los demás deportistas a nivel local y nacional.	Propios	\$ 40,00	1 semana	Joan Veloz
TOTAL					\$ 1030,00		

OBJETIVO 3

Tabla N° 8: Plan Operativo – Objetivo 3

OBJETIVO N°3	ESTRATEGIAS	ACTIVIDAD A REALIZAR	LOGROS	RECURSOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Fortalecer la marca del deportista, mediante la identificación, utilizando en el isotipo los colores personales e institucionales.	Diseño del isotipo para el deportista de alto rendimiento con las iniciales de su nombre.	Elaboración del isotipo.	Identificación y diferenciación de los demás deportistas.	Propios	\$ 40.00	1 semana	Alberto Silva Joan Veloz
	Utilización de los logotipos de las instituciones auspiciantes al deportista de alto rendimiento.	Confección de los bordados o estampes en la indumentaria deportiva con los auspiciantes.	Las instituciones hagan publicidad a nivel nacional y así ser reconocidas dentro y fuera de la provincia.	Propios	\$ 15,00	2 días	Jennifer Sport
TOTAL					\$ 55,00		

PRESUPUESTO GENERAL DEL PLAN OPERATIVO

Tabla N° 9: Presupuesto General del Plan Operativo

ESTRATEGIAS	COSTO
OBJETIVO N.º 1	\$ 220,00
OBJETIVO N.º 2	\$ 1.030
OBJETIVO N.º 3	\$ 55,00
TOTAL	\$ 1.305

DISCUSIÓN

La propuesta del proyecto de investigación de marketing personal responde a las necesidades detectadas durante el desarrollo y elaboración del trabajo de investigación para el deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.

La realización de la propuesta del proyecto de investigación permitió estructurar o elaborar un isotipo personal para el deportista de alto rendimiento lo que permitirá su diferenciación de los demás deportistas que pertenecen a la Federación Deportiva de Bolívar, como también nos ayudó a elaborar estrategias que son en beneficio del deportista y por consiguiente de la Federación.

Los colores del isotipo son combinados con los de la federación deportiva de Bolívar los mismo serán necesarios para diferenciarse de la competencia, sin alterar los colores institucionales.

El deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar carece de un plan de marketing personal lo que conlleva a que no se reconocido dentro de la sociedad lo cual afecta en forma directa la imagen del deportista, por tal razón es de suma importancia la aplicación de este proyecto, el mismo que ayudará en forma directa a la imagen del deportista.

Al crear la marca personal del deportista de Alto Rendimiento de la federación Deportiva de Bolívar responderá sus necesidades, lo cual llenará las expectativas y necesidades del mismo, identificadas en el proceso de elaboración del proyecto de investigación.

Recomendamos al deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar primeramente analizar y seleccionar cuáles de las estrategias que queremos aplicar en beneficio del mismo, una vez escogidas las estrategias que se encuentran dentro del proyecto de investigación, aplicarlas para que de esta manera tenga beneficios tanto personales y a su vez tendrá beneficios la misma federación siendo reconocidos a nivel provincial y tenga impacto en la psicología de las personas que pertenecen a la Provincia de Bolívar.

Una vez aplicadas las estrategias para alcanzar los objetivos propuestos en el proyecto de investigación, ayudará al reconocimiento, mejoramiento y desarrollo en imagen personal del deportista de alto rendimiento de la Federación Deportiva de Bolívar.

Con la aplicación de las estrategias de marca personal se pretende que el deportista desarrolle ventajas competitivas entre los demás deportistas existentes dentro de la Federación Deportiva de Bolívar, así el deportista de alto rendimiento tenga buenas presentaciones en las diferentes competencias tanto locales y nacionales, lo cual contribuirá al fortalecimiento de su marca personal.

Mediante la aplicación del proyecto de investigación se pretende que los auspiciantes se vinculen con el deportista y a su vez con la Federación Deportiva de Bolívar aplicando las diferentes estrategias de marketing personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros.

- Badía, M.A. Marketing y venta en Imagen Personal/, & García E.M, 2013 - Ediciones Paraninfo, SA 1ª edición,

Fiscer, L.
- Marketing Personal, Barcelona: Gestión 2000, J.M. 2003 Trenzano, F.
- Mercadotecnia/ Fischer L. & Espejo J. -3ª ed.- México: McGraw-Hill, Kotler P.
- Dirección de Marketing/ 2006, Kotler P. & Leane K. -12ª- México: PEARSON EDUCATION SA.
- Gerald A. & Steven M. Estrategias de Marketing, 2004, México - McGraw – Hill.

Internet

- <http://www.tecoloco.com/blog/importancia-de-la-marca-personal-o-personal-branding.aspx#ixzz41lh5sLe9>
- <http://luismvillanueva.com/marketing-personal-internet>
- <http://www.marketeando.com/2009/09/concepto-marketing-personal.html>
- <http://masmarketingpersonal.com/nuestros-servicios/que-es-marketing-personal/>
- <https://montsemarketing.wordpress.com/tag/plan-de-marketing-personal/>
- <http://www.upt.edu.pe/contents/bolsa/uploaded/documents/marketing.pdf>

APÉNDICES

Gráfico N° 2: Uniforme Exterior



Gráfico N° 3: Uniforme de competición



Gráfico N° 4: Guantes para levantamiento de pesas



Gráfico N° 5: Toma todo



Gráfico N° 6: Bolso deportivo



Gráfico N° 7: Gorra deportiva

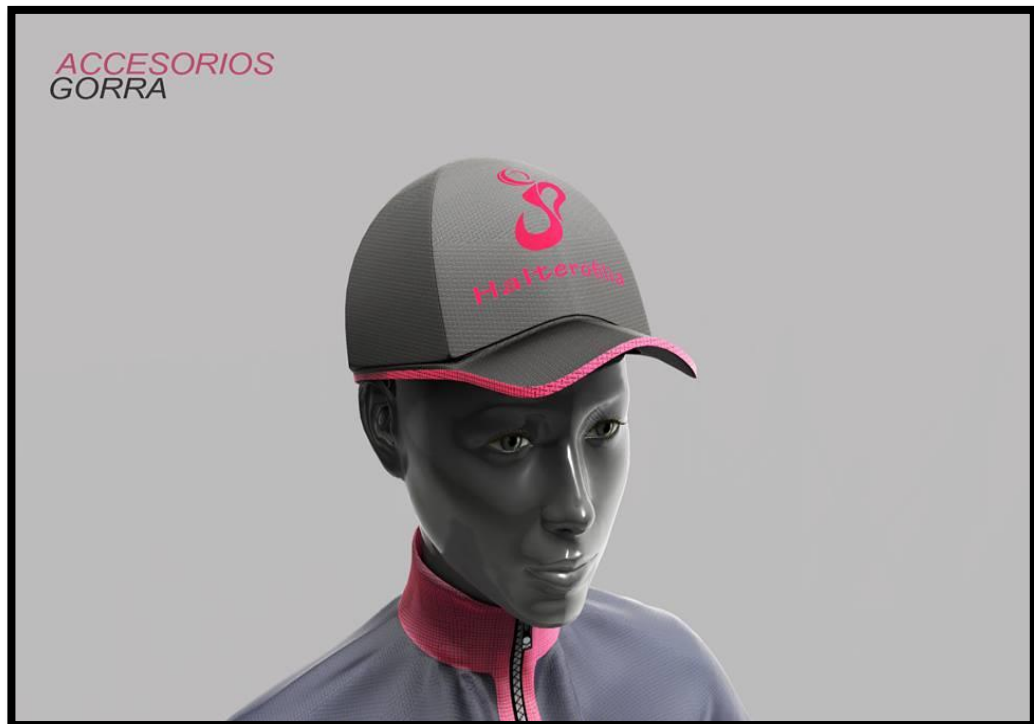


Gráfico N° 8: Canguro



Gráfico N° 9: Imagen personal

