

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



ANALISIS ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL
DEL FUTBOL PROFESIONAL
EN MEXICO

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

Que Para Obtener el Título de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A N

CARLOS FCO. AGUILAR BARRIOS

HECTOR GARCIA ZUÑIGA

ANTONIO RIVERON ALVAREZ

Director del Seminario:

Lic. Cesar Balcazar Jarillo

1 9 7 7

8536



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES.

MACARIO GARCIA
Y
AVELINA ZUÑIGA DE GARCIA.

Quienes con amor han sabido con
ducirme en la vida.

A MIS HERMANOS:

MA. DE LA LUZ.

SALVADOR.

MARICELA. Y

GLORIA.

I N D I C E

	Pág.
OBJETIVOS	1
METODOLOGIA	3
INTRODUCCION	5
A).- Origen del Futbol	
B).- El Futbol en México	
CAPITULO I.- FEDERACION MEXICANA DE FUTBOL, A.C.	18
A).- Constitución y Relaciones	
B).- Estructura Interna	
I.B.1).- La Asamblea General	
I.B.2).- El Consejo Nacional	
I.B.3).- El Sector Profesional	
I.B.4).- El Sector Amateur	
I.B.5).- El Secretario General	
I.B.5.1).- Organos -- Auxiliares	
I.B.6).- Las Comisiones Perma- nentes	
I.B.7).- El Centro de Capacita- ción	
CAPITULO II.- CLUB DE FUTBOL UNIVERSIDAD, A.C.	51
A).- Historia del Equipo	
II.A.1).- Aspecto Deportivo	
II.A.2).- Objetivos	
B).- Organización	
II.B.1).- Administrativa	
II.B.2).- Deportiva	

APENDICE

MUESTREO

CAPITULO III.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

123

- A).- Sobre el Futbol en general
- B).- Sobre el Club de Futbol Universi
dad, A.C.
- C).- Sobre la Investigación de Mercado
- D).- Descripción del organigrama
- E).- Sugerencias de Actividades Promo-
cionales

O B J E T I V O S

A pesar del desarrollo que ha tenido el futbol a nivel mundial en las últimas décadas, todo parece indicar que en nuestro país no ha habido tal, o al menos, no se ha avanzado con la celeridad de los países que van a la vanguardia en este aspecto, reflejandose quizá, la inestable situación general que actualmente padece el país.

El presente estudio se realizó con el fin de analizar aspectos administrativos y comerciales del futbol profesional en México, dada la importancia que este deporte ha adquirido en los últimos tiempos y a la cual hacemos referencia en la introducción.

A raíz de una investigación preliminar se detectó - que el problema era de carácter comercial, por lo que recurrimos a la mercadotecnia para que por medio de una investigación de mercado, conocer las causas del estancamiento en que se encuentran la mayoría de los equipos profesionales en México, y por otro lado, lo que el aficionado consideraba necesario para satisfacer su necesidad de diversión, concatenando - así las dos partes que intervienen en el espectáculo del futbol.

Para lo anterior fue necesario encauzarnos hacia un solo equipo de la 1.ª división profesional, dada la amplia ga-

ma de elementos y factores que intervienen en las organizaciones futbolísticas y conociendo a la vez las limitaciones a -- que estabamos sujetos.

El modelo específico de estudio resultó ser el Club de Fútbol Universidad A.C. debido a lo siguiente:

a). Dada nuestra condición de universitarios, contribuir aunque sea en mínima parte a que por medio del equipo de fútbol nuestra casa de estudios presentara su mejor imagen a todo el país.

b). Tratar de capturar el amplio mercado potencial que entre la comunidad universitaria tiene el equipo.

c). El percatarnos de la magnitud de la inversión realizada por el equipo y ver que hasta la fecha no obtiene el rendimiento económico adecuado a pesar de su éxito en el aspecto deportivo.

Sin embargo, aclarando que cada uno de los individuos y los clubes del medio futbolístico tienen sus propias necesidades y cuentan con sus propios recursos, que satisfacen y administran según sus criterios particulares, es decir, que cada club es diferente uno del otro, consideramos que en base a las conclusiones que determinemos, los demás equipos podrán tomar puntos útiles y adaptarlos a su organización.

M E T O D O L O G I A

Para introducirnos al medio futbolístico en general, se recurrió en primera instancia a fuentes bibliográficas, obteniendo de ellas la información que quedo plasmada en las --secciones que se ocupan de los antecedentes e introducción.

Posteriormente, para conocer la organización formal del futbol, se recurrió al máximo organismo que rige a éste - deporte en México, donde se recabó la información y datos que intégran el capítulo dedicado a la Federación Mexicana de Futbol A.C.

A continuación procedimos a la elección del modelo-específico de estudio, resultando ser el Club de Futbol Uni--versidad A.C.. Para tal elección se tomaron en cuenta diferentes aspectos que también se mencionan en los objetivos del estudio.

Del Club Universidad A.C., se investigó su situa---ción administrativa y comercial, que describimos en el 2º capítulo.

Las herramientas documentales que se utilizaron se--conjuntaron en un tipo de entrevista y dos cuestionarios.

La primera se aplicó a periodistas y cronistas especializados en futbol, para saber sus opiniones, así como las--sugerencias que pudieran hacer para lograr una mejoría en los

aspectos que nos ocupan.

El primer cuestionario se aplicó al público en general, tratando de obtener información directa de los consumidores (espectadores) del espectáculo futbolero, sus gustos y -- preferencias así como las fallas que observáran en la organización del futbol en general.

Finalmente se aplicó el 2º cuestionario a los integrantes de la comunidad universitaria con la finalidad de obtener información específica del Club de Futbol Universidad-- A.C. y determinar las causas por las que, aún cuando en los últimos tiempos dicho club ha realizado grandes inversiones, -- no logra tener ante los aficionados una imagen de equipo - - "grande" en calidad y con una personalidad bien definida; además, del porque el estudiante universitario no se ha identificado en el aspecto deportivo con su equipo, situación tal, -- que según nuestra hipótesis no ha sido alcanzada.

Para el análisis de la información recabada en los cuestionarios citados, se utilizaron gráficas y porcentajes -- para evaluar cada una de las respuestas obtenidas y así visualizar en forma amplia los resultados.

I N T R O D U C C I O N

A través del tiempo, el deporte se ha desarrollado y extendido a tal grado en el orbe, que ha pasado a convertirse de un simple pasatiempo (Como dirían autores tan contados como Kant, que nos dice "la libertad de objetivos es uno de los criterios principales del juego en contraposición con el trabajo, que se emprende con alguna otra intención, uno se entrega al juego sin tener otro objetivo que ese". Hégel considera, refiriéndose a los juegos de los griegos "esas luchas, carreras y combates no eran en serio". Erik Erikson dice - - acerca del hombre que juega que "se toma vacaciones de la realidad") en un elemento más de la estructura económica, política, social y aún psicológica de la humanidad, hecho reconocido por Max Scheler quien considera que "Prácticamente no hay fenómeno supranacional de la época actual que merezca tanto un análisis sociológico y Psicológico como el deporte, que ha crecido inconmensurablemente en magnitud y aprecio y sin embargo a la fecha se han hecho muy escasas tentativas serias de interpretar ese fenómeno".

El futbol soccer como una rama del deporte, representa en nuestros tiempos un factor importante en la economía de los países que lo prefieren (3/4s partes de la población mun

dial), quedando demostrado por ejemplo, en la cantidad de recursos monetarios invertidos en la construcción de estadios, -- ya que de los 38 más grandes del mundo (con más de 100,000 lo calidades), 31 han sido construidos exprofeso para la práctica de este deporte, con un costo aproximado de - - - - - \$ 3,750,000,000.00.

El futbol asimismo, genera una grán cantidad de actividades comerciales que giran en derredor de él y de los -- cuales vive un número considerable de familias en todo el mun do, a la vez que ayuda al desarrollo de industrias tales como: de la construcción, eléctrica, del vestido, de la alimenta--- ción, peletera, de la comunicación, etc.

El costo global de un equipo en nuestra liga profesional, es cercano a los \$30,000.000.00.

El sueldo en promedio de los mejores jugadores que actuan en el futbol mexicano es de \$40,000.00 mensuales, comparable con facilidad al de un ejecutivo o funcionario de - - cualquier empresa extradeportiva.

Asimismo, un equipo europeo de futbol (Real Madrid), cobraba en el año de 1960 la cantidad de 30,000 Dlls. por partido de exhibición. Si transportamos la cantidad anterior a la época actual, se eleva hasta los 40,000,00 Dlls. que al -- tipo de cambio representa aproximadamente \$ 920,000.00.

También son de considerar las elevadas cantidades que se encuentran en juego con las transferencias de jugadores de un club a otro y que tienen su culminación en jugadores como "Pelé" y Franz Beckenbauer al equipo "Cosmos" de New York en E.E.U.U. las cuales a la fecha han sido las más cuantiosas; 6,000,000.00 y 4,000,000.00 de Dlls. respectivamente.

Por otra parte, el futbol es visto por mayor número de espectadores que cualquier otro tipo de espectáculo que se produce en el mundo, lo anterior confirmado por los 700 millones de personas que vieron el campeonato mundial celebrado en México en el año de 1970.

Pero todavía más, es tanta la predilección de la gente por el futbol, que existen estadios enclavados en ciudades europeas que tienen una capacidad superior al triple de los habitantes de la ciudad y no por eso dejan de llenarse.

Con los siguientes ejemplos conoceremos la influencia del futbol en asuntos políticos y nos daremos cuenta de su magnitud:

Durante la eliminatoria para asistir al campeonato mundial de 1974 efectuado en Alemania, se enfrentaron las selecciones representantes de Honduras y El Salvador, y al calor del juego la muchedumbre recordó conflictos políticos --

existentes entre los países, lo cual desbordó la pasión, rebasando los límites deportivos y terminando en lo que se dió en llamar "La guerra del futbol", con trágicas consecuencias para ambos países.

Si lo anterior fué la culminación de un conflicto internacional, el siguiente ejemplo es el inicio de otro:

En diciembre de 1962 al celebrarse un partido en la Ciudad de Liberville (Gabón), entre los seleccionados de Gabón y del Ex-Congo Francés, todo transcurrió con normalidad, sin embargo, en determinado momento se desencadenó una lucha entre el público asistente, la cual tuvo como saldo 9 personas muertas. A raíz de lo sucedido, para el mes de febrero de 1963 fueron expulsados 2700 congoleses de Gabón, siguiendo los como protesta conciudadanos de los expulsados y gentes extranjeras que se encontraban en aquel país.

Ante tal situación, el presidente del Congo solicitó la ayuda del presidente de Francia (Charles de Gaulle), proponiendolo como mediador en el conflicto; el dirigente francés reunió a varios jefes de estado de la Unión Africana en Camerún para de esa forma dar solución al problema.

Desde el punto de vista Psicosocial, existen opiniones de que el futbol es utilizado en la actualidad como manipulador de masas, distrayendo la atención de la gente de - - -

otras situaciones y problemas que aquejan a los países. Re--
forzado lo anterior por las apreciaciones de periodistas de --
todo el mundo que comentan lo siguiente:

"Los iberoamericanos podemos olvidar crisis económi--
cas, políticas, etc. en cuestión de semanas, excepto ser eli--
minados para un campeonato mundial de futbol!"

"Debido al subdesarrollo económico y social en que--
se encuentran sumidos, los latinoamericanos requieren del fut--
bol como enervante para olvidar su desgracia".

"Italia es futbol, ninguna otra cosa importa, ni la
situación de decenas de trabajadores en huelga, ni el proble--
ma de la vivienda, ni la situación política, solo el futbol".

También resulta interesante conocer un detalle cu--
rioso ocurrido en Brasil, donde el museo de Arte Moderno pre--
sentó una exposición titulada "El futbol Brasileño" compuesta
de banderines, trofeos, medallas, fotografías, camisetas, --
etc.

Por lo anterior se confirma lo mencionado acerca de
que el futbol forma parte de la estructura general de los pai--
ses del mundo, influyendo en su pensamiento y modificando en--
ocasiones su carácter.

Considerando todos los puntos tratados, se llega a--
la conclusión de que el futbol es una organización más dentro

del ámbito empresarial, que ineludiblemente debe contar con -
cuidados profesionales para su mejor desarrollo y a la vez, -
debe tener una visión comercial amplia para obtener un rendi-
miento adecuado tanto en lo económico, físico y social de los
individuos y de las organizaciones futbolísticas.

ORIGEN DEL FUTBOL

Imposible resulta localizar el origen del futbol, - excepto del reglamentado que conocemos. Lo lógico es admitir que el ser humano siempre sintió la tentación de darle un pun tapie a cualquier cosa que hallara a su paso, como hacemos -- cuando en la banqueta vemos una lata vacia. Pero vamos a pro curar satisfacer nuestra curiosidad, consignando las diferentes versiones que se han encontrado y que exponen los investi gadores:

Se dice que los rudos normandos que invadieron las Islas Británicas y se asentaron en ellas, se entretenían utilizando a manera de pelota el craneo de un soldado adversario muerto en acción bélica, o simplemente, el de un esclavo al - que habían dado muerte. Otra versión se remota a la Grecia - antigua, tan afecta a los deportes: se afirma que allí se -- practicaba un juego llamado "harpastón", cuya técnica consistía en la desesperada búsqueda de una pelota o proyectil que - los jugadores procuraban con los pies y también empleando las manos. Roma contó con otro juego que utilizaba las pelotas - ("follis" en latín) ya con metas y arcos, que tal vez sería - el antecesor del "calcio" del que se encontró documentación - en Toscana. Siguiendo ese itinerario llegamos a la Florencia de los Médicis en cuya plaza de Santa Cruz se realizaban los-

juegos con la participación de 27 jugadores por bando, empleando pies y manos. En Venecia se jugaba en campo circular con arcos construidos con ladrillo y que disponian en su entrada de dos escalones.

Por su parte los ingleses afirman que en el año 55-A.C. en la isla de Purbeck, al sudeste de Inglaterra, el futbol tuvo una aplicación muy práctica, pues a los pobladores de tierra les daban tantas (tierras) como pudiera recorrer una vejiga impulsada por un puntapie.

Los Irlandeses, tan aferrados a sus tradiciones, sostienen que el futbol se viene practicando en su país desde hace dos mil años. Citan que ya en 1100 aunque no fuera un juego con los reglamentos que conocemos, el practicado por ellos presentaba unas características que lo hacía muy parecido. El martes de carnaval se realizaba la fiesta anual de ese deporte.

"Una historia de Londres" editada en 1175, expresa, a manera de certificación, que "nutridos grupos de jovenes se dirigían al campo para intervenir en el certámen futbolístico".

Diversos edictos reales prohibieron el futbol. En 1314, Eduardo II; luego Eduardo III; después Ricardo II; más tarde Enrique VIII, los expidieron en ese sentido, con lo que queda demostrado que tales prohibiciones no eran atendidas. -

Según la historia se colocaba una pelota en lugar equidistante entre dos pueblos, y allí daba comienzo el partido.

En un número de "The Spectator" de Londres 1691, se encuentra documentación de un cronista que siguió a caballo - uno de esos juegos. El relato da una idea de lo que eran tales partidos, disputados por centenares de competidores.

También Shakespeare tiene una referencia a fútbol, -pués en el segundo acto de la "Comedia de las equivocaciones" pone en labios del personaje "Dromio de Efeso" las siguientes palabras:

"Ruedo para vos en tal forma, que me habeis tomado -- por fútbol, pasandome así de uno a otro. Vos me lanzáis de - aquí y él me arroja de allá. Si he de durar en este servicio, ; deberais forrarme de cuero".....

De lo que no tenemos duda, es del nacimiento del futbol que conocemos actualmente. Se sabe que la primera institución futbolística inglesa fué el "Sheffield Club" fundado - en 1855, el 25 de Octubre de 1863 en la Freemason's Tavern de Londres se funda la "Football Association" y se redactan las primeras reglas, las que van siendo objeto de moderación; al comienzo fueron brutales, ya que estaban permitidos los punta pies a las canillas y toda clase de empujones que producian-

heridos y muertos. Fué así como entre las instituciones - -
"Sheffield" y la "Asociation" se llegó a un acuerdo para modi
ficar dichas reglas.

Así, el 21 de mayo de 1904 se fundó en París la "Fe-
deración Internacional", conocida como FIFA, con la adhesión-
de 81 miembros pertenecientes a diferentes países del mundo y
es la entidad que rige al fútbol mundial actualmente.

Al desarrollarse el futbol en el mundo, se lleva a cabo en el año de 1930 el primer Campeonato Mundial de Futbol, resultando campeón el equipo anfitrión, Uruguay.

Posteriormente, el segundo campeonato se realiza en el año de 1934 en Italia, conquistando el primer lugar Italia.

Cuatro años más tarde Italia repite como campeón en el torneo celebrado en Francia en 1938.

En 1942 y 1946, no se llevan a cabo los campeonatos debido a la Segunda Guerra Mundial.

Sin embargo, a partir de 1950 en que se celebró en Brasil y el cual fue conquistado por Uruguay, los campeonatos se han venido celebrando en forma continua cada cuatro años.- A continuación detallamos los países que han sido sede y los que han resultado campeones:

<u>AÑO</u>	<u>PAIS SEDE</u>	<u>PAIS CAMPEON</u>
1954	Suiza	Alemania
1958	Suecia	Brasil
1962	Chile	Brasil
1966	Inglaterra	Inglaterra
1970	México	Brasil
1974	Alemania	Alemania

El campeonato de 1978 se llevará a cabo en Argentina.

EL FUTBOL EN MEXICO

No obstante ser hoy el deporte más popular, no hay vestigios de que en las épocas precolombina y colonial se -- haya hecho en México algo que pudieramos llamar futbol. Más bien diríase que en un principio, el mexicano se mostró reacio a tomar en serio algo que, además de no ser más que un juego, era extranjero, porque ingleses fueron los integrantes del Pachuca Atlétic Club, primer equipo que se formó en el país, en el año de 1900, así como los demás equipos que en 1902 iniciaron los torneos de campeonato, resultando vencedor en el primero el Orizaba Atlétic Club, primer equipo campeón. No fué sino hasta 1912 en que compitió un equipo preponderantemente mexicano, el México, que ganó el campeonato ese año. Sin embargo, todavía estaba el futbol lejos de gozar de la popularidad de que hoy disfruta, pues si bien en la segunda década ya no fueron unicamente los ingleses los competidores, continuaron predominando los equipos y jugadores extranjeros. Así -- existían equipos como el Amicale Francaises, El Germania, y -- sobre todo equipos españoles como el Cataluña, el Aurrera, el España; equipos estos últimos con los que puede decirse que -- realmente se iniciaba la popularización del futbol en México, como que ellos se encargaron de difundirlo, creando equipos -- en diversos lugares. El 12 de Octubre de 1916 se crea el equi

po "América" cuyos integrantes eran exclusivamente mexicanos.

En la tercera década, a partir de 1922, es cuando - el futbol entra en franca vía de naturalización, ya que, si--- guiendo el ejemplo dado por los equipos "México" y "América", surgen y se multiplican equipos netamente mexicanos como el - "Luz y Fuerza" y el "Atlante".

El aspecto de la organización del futbol en México- es realmente nuevo, ya que durante las cuatro primeras déca-- das del siglo, se desenvuelve dentro de un marco por demás - - inestable, ya que las agrupaciones que por este tiempo lo ma- nejabán, tenían tantas polémicas y divergencias entre sí, que- impedían un verdadero desarrollo del deporte.

No es sino hasta el año de 1948, cuando finalmente- se crea un organismo que logra la unificación de dichas agru- paciones, dándoles un cariz profesional, con lo que principia la era del futbol organizado en México.

En la parte siguiente, analizaremos éste organismo- denominado Federación Mexicana de Futbol A.C. actual rectora- de este deporte en nuestro país.

CAPITULO I

FEDERACION MEXICANA DE FUTBOL A.C.CONSTITUCION Y RELACIONES:

La Femexfut se constituye como comentamos anteriormente, en el mes de Diciembre de 1948, con el ánimo de unificar grupos y criterios, teniendo como objetivos específicos, como lo dictan sus estatutos, el organizar, fomentar y dirigir la práctica del futbol asociación, abarcando su jurisdicción deportiva todo el territorio nacional y regída según su naturaleza jurídica por el Artículo 11º del Código Civil para el D.F. y Territorios Federales, referente a la constitución y funcionamientos de las sociedades civiles y mercantiles.

Su duración fué catalogada como indefinida y solo podrá ser disuelta por acuerdo unánime de los asociados, reunidos en Asamblea General.

Estatutariamente, y dado el tipo de asociación de que se trata, carece de toda finalidad lucrativa y sus recursos se destinan al fomento íntegro del futbol asociación. -- Asimismo permanece ajena a toda cuestión de índole racial, política o religiosa.

Como toda sociedad o asociación en la actualidad, la Femexfut, no se encuentra sola en el ambiente, sino que es

tá afiliada a otros órganos, tanto a nivel nacional como internacional, con el objeto de ayudarse mutuamente.

Así, aunque en esencia es autónoma, se rige por las normas de la Federación Internacional de Fútbol Asociación -- (FIFA), rectora del fútbol mundial. A nivel continental se encuentra afiliada a la Confederación Norte, Centroamericana y del Caribe de Fútbol (CONCACAF), a nivel nacional al INDE, a la CDM y al COM. (Instituto Nacional del Deporte, Confederación Deportiva Mexicana y Comité Olímpico Mexicano, respectivamente).

Las relaciones de la Femexfut con las organizaciones mencionadas, se refieren al trato de asuntos que interesen al deporte del fútbol como son: Reglamentos, contratación de jugadores, creación de equipos, disolución de ellos, métodos de juego, organización deportiva, encuentros internacionales, etc.

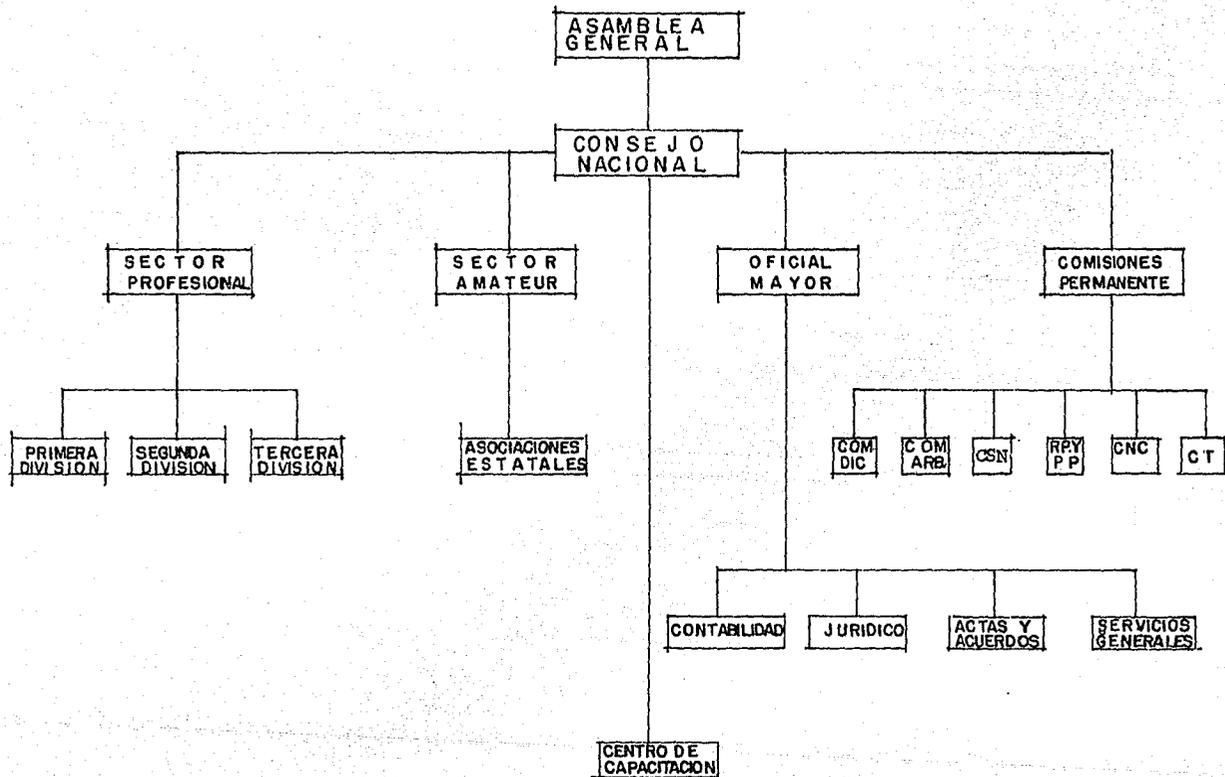
ESTRUCTURA INTERNA DE LA FEMEXFUT

No encontrándose determinado gráficamente el organigrama de la Femexfut, procedimos a estructurarlo, auxiliados por personas competentes de ella misma, con el fin de tener una visión panorámica de su funcionamiento.

Para ello, se tomó en cuenta la forma real y práctica

ca como funciona, dejando a un lado cierta información errónea y obsoleta que aún se encuentra como válida en documentos oficiales de la organización.

ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA FEMEXFUT A. C.



Así, pasaremos ahora a conocer los distintos departamentos, autoridades e interrelaciones de la Femexfut:

LA ASAMBLEA GENERAL

La Asamblea General constituye la autoridad suprema de la Femexfut, y por lo tanto, sus resoluciones son obligatorias y sin limitación alguna para sus afiliados. Esta obligatoriedad se confirma inmediatamente después de que dichas resoluciones son promulgadas y publicadas por el Consejo Nacional en el Boletín Oficial de la Federación. La promulgación de los acuerdos no puede exceder de 10 días después de la fecha de clausura de la Asamblea.

La Asamblea General se integra con 12 representantes de los diversos sectores de la Federación:

3 por los Clubes de la 1a. División Profesional.

3 por los Clubes de la 2a. División Profesional.

3 por los Clubes de la 3a. División Profesional.

3 por los Clubes de las Asociaciones Estatales Amateurs.

Esta Asamblea es presidida por el Presidente del Consejo Nacional.

Los representantes son elegidos en asambleas denominadas "Sectoriales", que se llevan a cabo para efectos de pre

parar la celebración de la Asamblea General, dentro de los --
15 días anteriores a la fecha fijada para su celebración.

En dichas asambleas sectoriales, se conocen, discu-
ten y aprueban las ponencias de sus respectivos afiliados pa
ra elevarlos a la Asamblea General; así como los balances y -
Estados Financieros del ejercicio anterior y los Presupuestos
de Ingresos y Egresos del Ejercicio siguiente que les presen-
ten los comités directivos de su sector.

La Asamblea General es convocada ordinariamente una
vez al año, dentro de los 90 días siguientes a la conclusión-
del Ejercicio anterior y se celebra en el domicilio social de
la Federación. También se reúne en forma extraordinaria to--
das las veces y en las fechas en que sea necesario.

DE SU ORDEN DEL DIA

En su orden del día, la Asamblea General incluye --
asuntos como los sigs:

a).- Presentación por el Consejo Nacional del infor
me sobre las actividades deportivas desarrolladas por la Fede
ración durante el ejercicio anterior.

b).- Presentación y aprobación en su caso de:
Balances y Estados Financieros del ejercicio ante--
rior.

Presupuestos de Ingresos y Egresos del ejercicio siguiente.

Ponencias o Iniciativas elevadas por los representantes. Cuando estas ponencias impliquen modificación de reglamentos o estatutos, se reservarán para una asamblea extraordinaria, sin perjuicio de conocerlos en primera lectura si se estima conveniente.

c).- Designación de los nuevos miembros de las Comisiones Permanentes o Delegaciones Foraneas que por renunciaciones o ausencias de los titulares hayan quedado vacantes.

d).- Tomas de posesión de los miembros del Consejo Nacional que estatutariamente corresponda renovar, previa elección del Sector correspondiente.

DEL QUORUM

Como en toda asamblea, es necesario que haya un determinado número de asistentes para que tenga validez; en la Asamblea General Ordinaria deben estar presentes por lo menos un 65% de los afiliados con pleno derecho al voto.

En la Asamblea General Extraordinaria, dicho número debe ser de cuando menos el 75% de los afiliados con pleno derecho al voto.

Las resoluciones de la Asamblea General se toman -

siempre por mayoría de votos presentes.

La Presidencia de la Asamblea General y de los debates es siempre asumida por el Presidente del Consejo Nacional o por quien reglamentariamente lo sustituye en el cargo.

Los estatutos otorgan un número de votos por sector, los cuales se distribuyen en la siguiente forma:

a). El sector Profesional (1a. División)	55 votos
b). El sector Amateur	20 votos
c). El sector Profesional (2a. División)	15 votos
d). El sector Profesional (3a. División)	10 votos

CONSEJO NACIONAL:

La Asamblea General (como Autoridad Suprema) delega actividades, autoridad y responsabilidad, así como la dirección misma de la Federación en un órgano interno denominado - Consejo Nacional, que en funciones constituye la máxima autoridad en ella.

El Consejo Nacional se integra de la manera siguiente:

Presidente

1er. Vicepresidente

2o. Vicepresidente

Secretario del Consejo

Prosecretario del Consejo

Tesorero

Protesorero

Vocal "A"

Vocal "B"

Las personas que ocupan estos cargos, son regularmente representantes de los equipos del Sector Profesional y duran en su puesto 4 años normalmente, pudiendo ser ratificados una sola vez más.

Los nombramientos se llevan a cabo de la forma siguiente: Los clubes de la 1a. división designan al Presidente, al primer Vicepresidente, al tesorero, al secretario y al vocal "B". El sector amateur por su parte nombra directamente al 2o. Vicepresidente y al Vocal "A". Y la 2a. y 3a. Divisiones designan al prosecretario y al protesorero del Consejo.

DE LAS FACULTADES DEL CONSEJO

Entre otras muchas, el Consejo Nacional tiene las facultades siguientes:

A).- Convocar y Organizar las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias.

B).- Formular y vigilarla estricta observancia de los estatutos y reglamentos de la FEMEXFUT, de la FIFA, y los

ordenamientos del COM, de la CONCACAF y de la CDM, cada uno de ellos en el ámbito de sus respectivas jurisdicciones, resolviendo en definitiva todo caso de duda de interpretación de los mismos.

C).- Representar a la FEMEXFUT ante toda clase de autoridades de orden administrativo o judicial.

D).- Representarla asimismo en toda clase de congresos, asambleas o reuniones a que convoquen los organismos a los que la federación esté afiliada.

E).- Administrar el patrimonio de la federación, ejecutando en general actos de dominio que autoriza la ley.

f).- Determinar las cuotas y porcentajes que los afiliados deben cubrir a la federación; la organización contable de la Federación y de sus comités directivos.

g).- Erigirse en tribunal para resolver en última instancia los conflictos que sean sometidos a su consideración.

H).- Autorizar los programas de competencia de los clubes y de la Selección Nacional.

I).- Celebrar contratos de Radio y T.V. de competencias de la Selección Nacional.

J).- Designar a los titulares y suplentes de las diferentes comisiones permanentes y temporales.

K).- Expedir pases nacionales para sus miembros o - personas que lo ameriten y carnets de jugadores, entrenadores, árbitros y directivos.

L).- Designar al Oficial Mayor y fijar sus emolumentos.

M).- Decidir sobre todo problema o situación relacionada con actividades deportivas, técnicas y sociales de la federación o que de alguna manera afecten al deporte del fútbol.

N).- Constituirse en tribunal de honor para juzgar la conducta de sus propios miembros o de los miembros de las comisiones para aplicar en su caso las sanciones que estime - pertinentes.

EL SECTOR PROFESIONAL

Siguiendo con nuestro organigrama, llegamos al sector que representa las mayores entradas económicas para la federación como es el Sector Profesional, que se integra de la manera siguiente:

- | | |
|---|------------|
| I.- Primera división: | 20 equipos |
| II.- Segunda división (de ascenso-descenso) | 24 equipos |
| III.- Tercera división (de ascenso) | 37 equipos |

Estas divisiones gozan de autonomía en su régimen interno, aunque lógicamente sus actos no pueden contravenir ni oponerse a lo que reservan los estatutos y reglamentos para el consejo nacional y sus comisiones permanentes.

El carácter profesional de los jugadores de este sector determina que las disposiciones, estatutarias y reglamentarias por las cuales están regidos, no pueden oponerse a las normas legales contenidas en el capítulo X de la Ley Federal del Trabajo denominado "Deportistas Profesionales".

Las Divisiones profesionales realizan sus fines y actividades a través de los siguientes órganos internos:

a).- La asamblea de Representantes, (Presidentes de clubs).

b).- El comité Directivo. (por elecciones)

Las divisiones profesionales cuentan con un patrimonio

nio propio, constituido por participaciones en porcentajes sobre los ingresos de taquilla de toda clase de partidos, donde intervengan sus afiliados, así como participaciones sobre productos de la selección nacional y aquellos que en forma extraordinaria acuerda la Federación.

Como todos los órganos internos de la Federación, el sector Profesional no puede comprometer el patrimonio común, por lo cual sus estados financieros están sujetos a las revisiones de orden contable que estimen pertinentes el Consejo Nacional y la Comisión Revisora de Cuentas.

1a. DIVISION PROFESIONAL

Esta división representa la columna vertebral del sector profesional, ya que agrupa a los 20 equipos más importantes del país, tanto desde el punto de vista económico como del espectáculo mismo.

El patrimonio se forma de la manera siguiente:

Aportaciones mensuales por equipo: \$6,000.00 total \$120,000.-

Además, los equipos de esta división aportan \$15,000.- mensuales c/u para el sostenimiento de la Federación (un total de \$300,000.-).

Y por último, mensualmente aportan otros \$2,500.- c/u para el sostenimiento del sector amateur (un total de - -

\$50,000.-). Estas dos últimas aportaciones se encuentran fuera del patrimonio propio de esta división.

El número de jugadores registrados en la temporada-1976-1977 en esta división fué de 614, de los cuales 83 son extranjeros.

El comité directivo está formado por los siguientes cargos y personas:

PRESIDENTE.....César Pavón Salinas (TOLUCA)

VICEPRESIDENTE...Evaristo Cárdenas Martínez (GUADALAJARA)

SECRETARIO.....Ramón Martínez Borbolla (AMERICA)

TESORERO.....Arturo Pérez Gutierrez (LAGUNA)

5 CONSEJEROS

Miguel Gómez Collado (MONTERREY)

Enrique Alvarez del Castillo (JALISCO)

Guillermo Aguilar Alvarez (UNIVERSIDAD)

Jesús Reinoso (CRUZ AZUL)

Harold Gábel (LEON)

Este comité se reúne 2 veces por mes para tratar asuntos propios de la 1.ª División, como son: Programas de trabajo reglamentos de competencia, presupuestos, balances, calendarios de juego, etc.

Además esta división cuenta con el siguiente personal administrativo:

SECRETARIO ADJUNTO..... Lic Jorge Romo
cajero, secretaria, archivista y oficce boy.

Para que un club pertenezca a ésta división, existen actualmente dos formas:

- a).- Compra de la franquicia a otro club y
- b).- Ascenso de la 2a. división profesional.

A esto aclararemos que según informaciones de personas autorizadas, para próximas competencias dejará de existir la primera forma.

Uno de los pocos requisitos no económicos propiamente para que un club pertenezca a esta división, es el contar con un estadio con capacidad mínima de 20,000 espectadores.

Asimismo el club deberá contar con solvencia tanto-económica como deportiva.

2a. DIVISION PROFESIONAL

Esta división se compone de un total de 24 equipos- (775 jugadores registrados) que buscan en cada campeonato de liga el ascenso a la la. División Profesional.

Como en la división anterior, su patrimonio se forma con las aportaciones de los equipos, que como es natural, su monto es menor.

Esta división se encuentra integrada en el aspecto-

directivo de la siguiente manera:

PRESIDENTE..... José de Jesús Alvarez y Guzmán
 VICEPRESIDENTE..... Julián Aragonés Echage
 SECRETARIO..... Manuel Sánchez Aviña
 TESORERO..... Fernando Carbajal Servín
 PROSECRETARIO..... Heriberto Hernández Rivera
 PROTESORERO..... Arturo Avila Davila
 CONSEJEROS..... Carlos Betancourt y Antonio Romo.

El personal administrativo se integra de la siguiente manera:

GERENTE ADMINISTRATIVO...José Dagoberto Acevedo.

Un contador, un coordinador de resultados, una secretaria, un auxiliar de contador y un auxiliar de secretaria.

La importancia de esta división la podemos constatar si se observa que 14 de los equipos (20) que militan en la división, son emanados de ella.

3a. DIVISION PROFESIONAL

De las 3 divisiones profesionales, esta es la de -- más reciente creación, ya que data apenas del año de 1971, -- contando en la actualidad con un total de 37 equipos, 20 de -- los cuales son de carácter profesional y el resto Amateur, -- con un total de 1090 jugadores registrados en activo.

Cada equipo aporta una cuota de inscripción por temporada de \$3,000.-, una cuota de afiliación a la FEMEXFUT de \$5,000.- y debe contar con una garantía de \$40,000.-, lo que totalizan \$48,000.- anuales.

Además, cada equipo aporta mensualmente \$3,500.- -- (129,000.-). De esta cantidad, \$55,000.00 corresponden a las arcas de la federación, y el resto a las de la propia 3a. división. Y todavía más, se cobran \$30.00 por cada registro de jugador, lo que hace otro total de \$32,700.00 que van a parar a las arcas de la federación por medio de su tesorería.

SU COMITE DIRECTIVO esta integrado por:

PRESIDENTE: Eduardo Alarcón Sámano

VICEPRESIDENTE: Alfredo Alcaráz A.

SECRETARIO: Agustín Redondo.

PROSECRETARIO: Sergio Salinas.

TESORERO: J. de Jesús Alvarez Estrada.

PROTESORERO: José Luis González.

Además cuenta con un Secretario Ejecutivo, una Secretaria y un auxiliar.

EL SECTOR AMATEUR

Aún sin contar con la cantidad de recursos económicos de que dispone el Sector Profesional (ya que éste lo sub-

sidia, aparte de las aportaciones que recibe de dependencias-públicas), el Sector Amateur representa una de las áreas más importantes de la Federación, ya que es el encargado de fomentar, organizar y dirigir la práctica del fútbol a nivel aficionado en toda la República Mexicana, integrándose para éllo en Asociaciones Estatales Amateurs, constituidas legalmente en las diversas Entidades Federativas del país y reconocidas expresamente por la Femexfut.

Como funciones principales tiene las siguientes:

- a).- Control del funcionamiento de las Asociaciones Estatales Amateurs, Ligas Interestatales y Regionales.
- b).- Control de los jugadores Amateurs.
- c).- Organización y administración de competencias de su área, tales como: Juegos del Distrito, Nacional Juvenil Benito Juárez, Nacional categoría libre y Nacional Femenil.
- d).- Intervención en la integración del Seleccionado Nacional Amateur.

Este sector realiza sus fines y ejerce sus funciones a través de:

a).- La Asamblea General de Asociaciones Estatales Amateurs y

b).- El comité Directivo del Sector Amateur.

La Asamblea General se reúne anualmente para cono--

cer y discutir todos los asuntos de su incumbencia.

En el aspecto económico, depende directamente de la Tesorería de la Federación, estando sujeto a revisiones de -- sus Balances y Resultados.

El Sector Amateur cuenta con un Secretario adjunto- (remunerado) para la atención de todos sus asuntos, siendo de signado por el Comité Directivo del Sector con la aprobación- del Consejo Nacional.

Sin tener una cifra exacta, se calcula que de éste- sector dependen entre 12 y 14 millones de jugadores aficiona- dos en toda la República Mexicana.

COMITE DIRECTIVO

Vicepresidente.- (En función de Presidente) Gabriel Betancourt.

Secretario.-.... Arturo Guevara Martínez.

Tesorero.-..... Horacio Contreras Luna.

Prosecretario.-. Raul Torres Cázares.

Protesorero.-... Carlos García López.

ler. Vocal.-.... Roberto Ramírez López.

2ª.- Vocal.-.... Gilberto Morfín Salazar.

El Personal Administrativo se compone de:

Un Secretario Adjunto, Un Secretario del Tesorero,- dos Secretarias y un Auxiliar.

Siguiendo nuestro organigrama, conoceremos ahora el punto de apoyo central de la Femexfut en el aspecto administrativo:

EL SECRETARIO GENERAL (OFICIAL MAYOR)

Por cuestiones estrictamente políticas y administrativas a este cargo se le denomina Oficial Mayor de la Federación, cuyo titular en la actualidad es el Sr. Roberto Barragán, eficiente apoyo desde el punto de vista administrativo para todo el organismo.

Es el jefe inmediato de todo el personal administrativo de la Femexfut y además enfrenta las siguientes actividades:

- a). Atender la correspondencia de la Federación.
- b). Redactar definitivamente las actas de las reuniones del Consejo Nacional.
- c). Auxiliar a las comisiones Permanentes en sus labores.
- d). Cuidar de mantener adecuadamente las relaciones de la Federación con los organismos deportivos nacionales e internacionales y con las asociaciones nacionales de otros países.

El Oficial Mayor es designado por el Consejo Nacio-

nal teniendo actualmente un sueldo de \$14,000,00 mensuales. -
Asímismo, solo responde ante el propio Consejo Nacional de -
su gestión, y su duración en el cargo es indefinida.

ORGANOS AUXILIARES DEL OFICIAL MAYOR

Lógicamente, el Oficial Mayor debe estar apoyado --
por otras personas para el manejo de los asuntos propios de -
su cargo; así, cuenta para éllo con:

a). COMISION DE ACTAS Y ACUERDOS

Que no es otra cosa que una persona encargada de to
mar nota de los asuntos tratados en las juntas y pasarla al -
Oficial Mayor para que redacte el acta definitiva.

b). DEPARTAMENTO JURIDICO

Encargado a la Lic. Cecilia Alvarez de Huerta para-
dirimir los asuntos legales de la Federación.

c). CONTABILIDAD

Manejada por un Contador, el Sr. C.P. Salomón Gueva
ra Fuentes, con un auxiliar y una cajera, encargados de lle--
var a cabo las actividades determinativas de la información -
contable.

d). SERVICIOS GENERALES

Representado por la gente encargada de limpieza, --
mantenimiento, archivo, almacén, electricidad, etc.

COMISIONES PERMANENTES

Para el funcionamiento adecuado de las diferentes --
áreas de la Federación se han creado estos órganos denomina--
dos "Comisiones Permanentes" que dependen directamente del --
Consejo Nacional y son las siguientes:

- a). Comisión Disciplinaria.
- b). Comisión de Arbitros.
- c). Comisión Revisora de Cuentas.
- d). Comisión de Relaciones Públicas Prensa y Publi-
cidad.
- e). Comisión Técnica.
- f). Comisión de la Selección Nacional.

Todos los miembros de estas comisiones son designa-
dos por el mismo consejo nacional, oyendo previamente las --
opiniones de los sectores Profesional y Amateur, según el ca-
so.

COMISION DISCIPLINARIA

Esta comisión se encarga de sancionar cualquier vio

lación a los Estatutos, Reglamentos, o a resoluciones que hayan emanado de la Asamblea General o del Consejo Nacional que sean imputables a un Club, Asociación Estatal, a los jugadores, socios, empleados, personal técnico y dirigentes.

También se encarga de sancionar las violaciones o infracciones a las Reglas de Juego cometidas con ocasión de la celebración de partidos en Competencias Oficiales, Profesionales y Amateurs y en partidos amistosos locales o internacionales de cualquier categoría, siendo facultad de esta Comisión la aplicación e interpretación de las disposiciones disciplinarias de la Federación.

La Comisión Disciplinaria está integrada por cinco personas (Cargos Honoríficos). Estas personas duran en sus cargos dos años, renovándose por mitades más uno, con la finalidad de conservar personas enteradas del funcionamiento interno de la Comisión, para el mejor desempeño de sus funciones, además de que pueden ser ratificados en su cargo. Cada año los miembros de ésta Comisión designan de entre ellos a su presidente, quien ostentara la representación ante el Consejo Nacional.

Todas las resoluciones que toma la Comisión Disciplinaria en materia de violaciones o infracciones a los reglamentos de juego son inapelables y tienen validéz cuando son -

tomadas por tres de sus miembros cuando menos. Cada martes -
celebran su reunión oficial.

A los jugadores y directivos del Sector Profesional se les sanciona económicamente por las faltas cometidas, no así a los del sector amateur, los cuales son castigados solo con suspensión de partidos. El monto de las sanciones económicas va de \$100.00 a \$600.00 regularmente, sin embargo, esta cifra puede ser sobrepasada según la falta cometida. El promedio de castigos semanarios es de 30, incluyendo jugadores y directivos.

LA COMISION DE ARBITROS

Es un órgano coadyuvante que como comentamos anteriormente, depende del Consejo Nacional y tiene a su cargo la dirección total de los servicios de arbitraje de los dos Sectores de la Federación en lo que concierne a las competencias nacionales, regionales o interestatales.

Los miembros de esta Comisión son nombrados directamente por el Consejo Nacional y actualmente está integrada por 7 miembros que son:

Un Presidente.

Una Comisión Designadora (3 miembros)

Una Comisión de Relaciones Públicas (2 miembros) y,

Una Sub Comisión.

Los integrantes de esta comisión deben tener de preferencia conocimientos de los asuntos arbitrales, así como -- una reconocida solvencia moral.

Actualmente la comisión de arbitraje recibe asesoramiento técnico del Profesor Rafael Valenzuela y del Sr. Arturo Yamasaki.

Sus integrantes duran en sus cargos 2 años, renovandose en mitades más uno, pudiendo ser ratificados en sus cargos de acuerdo a la labor desarrollada.

Los árbitros profesionales se encuentran controla--dos por su Asociación de Arbitros.

En la actualidad son 169 árbitros profesionales y -jueces de línea en las tres divisiones profesionales.

La categoría de un árbitro depende de varios aspectos, entre ellos:

- Su actuación en el campo de juego, condición física, conocimientos técnicos, comportamientos dentro y fuera de la cancha etc.

Los honorarios de los árbitros profesionales van de acuerdo a la siguiente tabla

<u>DIVISION</u>	<u>SUELDO</u>	<u>VIATICOS</u>
1a.	\$ 1,500.00	\$ 3.00 x Km. Rec.
2a.	\$ 850.00	\$ 3.00 x Km. Rec.
3a.	\$ 650.00	\$ 2.00 x Km. Rec.
Abanderados:		
1a.	\$ 500.00	
2a.	\$ 120.00	
3a.	\$ 100.00	

A los abanderados no se les pagan viáticos, ya que generalmente son de la plaza en que actúan.

Los árbitros profesionales se reúnen semanalmente, con la finalidad de comentar los partidos de la semana anterior, así como intercambiar experiencias. Además, tienen dos entrenamientos semanarios controlados por un profesor de educación física. Aquel árbitro que no se presenta ya sea a las reuniones o a los entrenamientos, se le sanciona no arbitrando partidos.

Las calificaciones de los árbitros van de 0 a 10, según el reporte de un visor que hay en cada partido que se celebra.

Esta comisión patrocina en la actualidad un curso de arbitraje, en el que se imparten las materias siguientes:

- Psicología Aplicada.

- Relaciones Humanas.
- Reglamentos y Estatutos.
- Medicina Deportiva y,
- Práctica en el terreno de juego.

En el Sector Amateur, los árbitros están organizados en "Colegios de Arbitros", los cuales son controlados por la Sub-Comisión de Arbitraje Amateur, pero dependen administrativamente de los Colegios Centrales de Arbitros de los que hay uno en cada estado de la República.

Aproximadamente son 3000 los árbitros amateurs que se encuentran registrados, no siendo suficientes, ya que por lo general cada uno de éstos árbitros, sanciona de 3 a 4 partidos cada jornada.

De los Colegios de Arbitros no hay ningún control por parte de la Federación, ya que existen muchos que se han organizado en forma clandestina.

LA COMISION REVISORA DE CUENTAS

Es el órgano encargado de la revisión de los Presupuestos de Ingresos y Egresos, los Estados Financieros y en general de toda la información contable, tanto del Consejo Nacional como de los Comités Directivos de los Sectores, haciendo con ello las funciones de un Comisario y teniendo la facultad

tad de contratar auditores si lo estima pertinente.

Todos sus dictámenes los presenta ante la Asamblea-
General Ordinaria.

Se compone de 3 miembros, los cuales duran en sus -
cargos 2 años, pudiendo ser ratificados una sola vez más.

LA COMISION DE RELACIONES PUBLICAS, PRENSA Y PUBLICIDAD

Entendiendo que la FEMEXFUT debe guardar una imagen adecuada ante el público, las Organizaciones y la prensa espe-
cializada, se creó esta "Comisión", que estatutariamente tie-
ne como objeto la promoción y fomento de las relaciones que -
aquella y sus afiliados deben mantener con los organismos na-
cionales, con las asociaciones o federaciones extranjeras y -
la prensa.

La "Comisión", asimismo, cuida que las relaciones -
de la FEMEXFUT con los organismos oficiales y entidades priva-
das, se mantengan siempre cordiales para el mejor fomento y -
desarrollo del futbol.

Entrecomillamos la palabra "Comisión", debido a que
las funciones que deberían llevar a cabo varias personas, son
realizadas realmente por una sola, en este caso el Sr, Hora--
cio Casarin, destacado exfutbolista.

LA COMISION DE LA SELECCION NACIONAL

Esta Comisión podría considerarse como semipermanente, puesto que solo se intégra verdaderamente cuando existe algún compromiso en puerta del Seleccionado Nacional, y sus funciones consisten en: estudiar el momento deportivo en que se encuentra cada uno de los jugadores para seleccionar a los más adecuados para representar al país en cotejos a nivel de Selección. Además cuida de detalles como: la preparación, -- traslado, alimentación y hospedaje de los mismos jugadores y directivos.

LA COMISION TECNICA

Como último órgano de este tipo, tenemos a la comisión Técnica, cuya finalidad específica es la de capacitar a los entrenadores de Fútbol.

Ha sido creada recientemente para cubrir la necesidad de profesionalizar la enseñanza del fútbol.

Para cumplir con sus objetivos, fomenta y patrocina cursos y Seminarios de capacitación. Los primeros tienen una duración fija de 3 años y en ellos las materias que se imparten son:

- Técnica del Fútbol
- Pedagogía del Fútbol

- Sistemas de Entrenamiento
- Medicina Deportiva
- Reglamentos del Futbol
- Psicología
- Estrategias del Futbol
- Preparación Física

Al concluir el 1er. año del curso, se expide a los participantes boleta de calificaciones, la cual les autoriza a trabajar con niños y jovenes.

Al término del 2o. año se les expide boleta de calificaciones y són autorizados como auxiliares de Entrenador.

Al finalizar el curso completo, se les expide el Titulo de Entrenador.

Los requisitos para participar en los cursos y Seminarios són los sigs:

Edad Mínima: 25 años.

Antecedentes Deportivos.

Certificado Médico

2 Cartas de Recomendación.

Cuota de Inscripción. (\$500.-)

Mensualidades (\$200.-)

En la actualidad el número de afiliados es de aproximadamente 450 personas, las cuales se reúnen los Lunes de -

cada semana.

Su mesa Directiva esta integrada por:

Un presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Prosecretario, un Tesorero, un Protesorero, un Secretario de Actas y Acuerdos y 3 Sub-Comisiones (Relaciones Públicas, Honor y Justicia y Examen y vigilancia) y una Secretaria Auxiliar.

CENTRO DE CAPACITACION

Este órgano es relativamente nuevo en la estructura del futbol mexicano y fué creado con el objeto de contar con un lugar adecuado para la mejor preparación de futbolistas Nacionales en general, por lo que es utilizado indistintamente por: escuelas de futbol, clubes de las divisiones profesionales y selecciones tanto profesionales como amateurs, eventualmente y en concentraciones.

El Centro Consta de:

- Una cancha con tribunas
- Una cancha sin tribunas
- Dormitorios
- Salón de juegos
- Sala de conferencias
- Vestidores

- Baños
- Gimnasio

Habiendo visualizado en forma general el organismo-dirigente del futbol en nuestro país nos hemos percatado de - algunas deficiencias desde el punto de vista de su organiza-- ción y aunque no dejamos de reconocer sus aciertos, consideramos que es necesario dar algunos pasos con el objeto de lle-- var a cabo las actividades propias de ella de una manera me-- nos empírica, que redunde en una mayor eficiencia administra-- tiva en beneficio tanto de la organización misma como del de-- porte futbolístico a nivel espectáculo.

CLUB DE FUTBOL UNIVERSIDAD A.C.

Continuaremos nuestro estudio con el análisis Administrativo-Comercial del Club de Futbol Universidad A.C. con el objeto de conocerlo interiormente y percatarnos de sus - - aciertos y desaciertos, para tratar de impulsarlos o corregir los respectivamente.

Aclarando que la información conjuntada para éste - capítulo fue proporcionada por el Club mismo, es decir, són - datos propios de sus integrantes, con algunos comentarios de nuestra parte.

CAPITULO II

CLUB DE FUTBOL UNIVERSIDAD A.C.HISTORIA DEL EQUIPOA). - ASPECTO DEPORTIVO

El Club de futbol Universidad A.C., fué fundado en el año de 1954, con los objetivos que detallaremos más adelante.

En sus principios, fué dirigido por autoridades deportivas pertenecientes a la U.N.A.M., ingresando el mismo año al futbol profesional en la 2a. División del Torneo de liga organizado por la FEMEXFUT.

Fué en el año de 1962 cuando logró el anhelado ascenso a la 1a. división profesional.

Sus inicios en ésta máxima división, resultaron un tanto mediocres, ya que por lo general era un equipo de los llamados de "media tabla", es decir, que ocupaba lugares secundarios en los campeonatos en que participaba.

Sin embargo, en las últimas temporales ha logrado mejorar, pasando a ocupar un lugar destacado dentro del futbol nacional, quedando confirmado con la conquista del campeonato de copa de la campaña 74-75 y su participación en las fi

nales, luchando por el título de Campeón de Liga en las temporadas 75-76 y 76-77, lograndolo en esta última.

Para tener una idea más clara de la trayectoria del equipo, anexamos una tabla de clasificaciones desde su ingreso a la 2a. División a la fecha.

CLASIFICACION DEL EQUIPO UNIVERSIDADSEGUNDA DIVISION

Temporada	Lugar	JJ	JG	JE	JP	GF	GC	Pts.
1954-55	14	26	6	3	17	25	48	15
1955-56	8	24	8	6	10	32	35	22
1956-57	12	24	4	5	15	26	55	13
1957-58		<u>no compitió</u>						
1958-59	12	32	9	7	16	43	59	25
1959-60	7	34	15	9	10	52	48	39
1960-61	5	38	20	7	11	64	41	47
1961-62 (Campeón) 1ª		30	18	9	3	78	40	45
TOTAL		208	80	46	82	320	326	206

PRIMERA DIVISION

Temporada	Lugar	JJ	JG	JE	JP	GF	GC	Pts.
1962-63	12	26	6	9	11	32	41	21
1963-64	7	26	9	7	10	36	33	25
1964-65	6	30	11	9	10	39	39	31
1965-66	6	30	13	5	12	51	50	31
1966-67	13	30	7	12	11	45	53	26
1967-68	2	30	16	8	6	46	31	40
1968-69	4	30	13	8	9	50	42	34
1969-70	13	30	8	9	13	42	43	25
MEXICO 70	9	28	11	9	8	34	29	31
1970-71	8	34	10	15	9	43	38	35
1971-72	14	34	11	9	14	36	38	31
1972-73	7	34	14	7	13	37	32	35
1973-74	8	34	12	13	9	55	42	37
1974-75	14	38	11	10	17	56	61	32
1975-76	2	38	18	13	7	67	40	49
1976-77 (Campeón) 1ª		38	19	12	7	67	43	50
TOTAL		510	189	155	166	736	655	533

JJ.- Juegos Jugados
 JG.- Juegos Ganados
 JE.- Juegos Empatados
 JP.- Juegos Perdidos
 GF.- Goles a Favor
 GC.- Goles en Contra
 Pts.- Puntos

+ Lugar Promedio en las dos Divisiones: 8ª

B).- OBJETIVOSI. INICIALES

La creación del equipo tuvo como finalidad:

a).- Representar a nuestra máxima casa de estudios en las competencias del futbol profesional, teniendo en cuenta la gran proyección y aceptación de este deporte dentro de la comunidad universitaria.

b).- Lograr la identificación del estudiante universitario por medio del apoyo al equipo y a los colores de la Institución.

c).- Cubrir aspectos sociales como la integración, al deporte mismo, de niños y jóvenes, mediante su participación en las fuerzas inferiores del equipo.

Todo lo anterior con el ánimo de proyectar la mejor imagen de la UNAM.

II. ACTUALES

a).- Económicos.

A últimas fechas y una vez que se ha hecho más difícil la situación financiera de la UNAM, se están persiguiendo por una parte, fines eminentemente económicos que permitan -- mantener o solventar los gastos del equipo, debido a que según informes, hasta ahora reporta pérdidas, a pesar de los úl

timos éxitos deportivos.

b).- Sociales.

Se pretende borrar la imagen negativa que la generalidad de la gente tiene del estudiante a raíz de lo sucedido en el movimiento estudiantil de 1968.

Para lograr éste objetivo se realiza una labor de concientización entre los dirigentes de los grupos de animación deportiva (Porra) sobre la responsabilidad de ellos mismos y sus seguidores en aras de su buen comportamiento dentro de los estadios.

c).- Institucionales

Un objetivo más, lo representa la idea de las autoridades del equipo, de contar en un futuro cercano con un 80% por lo menos de personal universitario, tanto administrativo como deportivo, con el ánimo de lograr una mejor identificación con la Institución y como motivación para el personal restante.

d).- Deportivos

Por último, reiterando el principal objetivo deportivo se sigue pugnando por lograr mantenerse en un lugar destacado entre los equipos participantes de la la. División profesional.

Así, el equipo representa actualmente un medio de - difusión del nombre de la UNAM, por lo que las autoridades de la misma, han dado toda clase de facilidades para que con los mínimos requisitos, pueda hacer uso de sus instalaciones de-- portivas.

ORGANIZACION

Al igual que en la FEMEXFUT, y esto parece ser el - común denominador en nuestro futbol, el Club Universidad no - cuenta con un organigrama establecido, lo que provoca que no - exista una delimitación de actividades ni responsabilidades, - realizandose las labores de una manera empírica y con la sola ayuda de la experiencia personal de cada miembro de la organi- zación.

Así, podemos decir que las actividades dentro de la - organización administrativa, son llevadas a cabo en forma ge- neral por todo el personal, interfiriendose en ocasiones unos con otros. Sin embargo, trataremos de dar a conocer el fun-- cionamiento de la organización desde el punto de vista Admi-- nistrativo y Deportivo.

ORGANIZACION ADMINISTRATIVA.- El Club de Futbol Universidad, - es dirigido actualmente por un grupo de egresados de la UNAM, constituyendo un patronato presidido por el Lic. Arturo Chá--

vez, Vicepresidente Guillermo Aguilar Alvarez; Director General, Ing. Raúl Haro Velez; Subdirector, Arnoldo Levinson; Gerente de Operación, Dr. Miguel Mejía Barón y Gerente Administrativo Sr. Francisco Paniagua Ramos. Los Servicios médicos están a cargo del Dr. Arturo Heredia Márquez.

ASESORIA.- Consideramos necesario para el funcionamiento adecuado de toda organización, el apoyo ya sea de personas o grupos de ellas que estén especializadas en las diferentes áreas correspondientes a dicha organización, por lo que decidimos investigar este aspecto en el Club, encontrando algunas situaciones que generalizamos en los siguientes puntos.

a). Jurídica.- El equipo tiene la posibilidad de consultar al departamento jurídico-consultivo de ICA (Ingenieros Civiles Asociados) utilizando en forma muy escasa sus servicios.

b). Administrativa.- No existe, las labores administrativas son llevadas a cabo en forma empírica, basándose en la experiencia personal de dirigentes y empleados.

c). Técnica-Deportiva.- En este aspecto está supe-
ditado al conocimiento y experiencia exclusivos del técnico del equipo.

Llevando a cabo una crítica constructiva acerca de-

la organización, corroboramos lo anteriormente expuesto sobre el empirismo que se practica en el Club, ya que no ha podido-apegarse al sentido estricto de la Administración Científica, lo que analizaremos más adelante en capítulos posteriores.

ORGANIZACION DEPORTIVA

EQUIPO DE LA PRIMERA DIVISION

Instalaciones.- El equipo ocupa un lugar privilegiado en relación con los demás equipos participantes, ya que --son muy contados los que disfrutan de las comodidades en el --mismo grado que lo hace el equipo Universidad, entre estos --mencionaremos a los equipos Guadalajara, Atlas y América.

El equipo Universidad, dispone de todas las instalaciones deportivas con que cuenta la máxima casa de estudios,--a saber: el estadio olímpico "México 68" (que junto con el --"Estadio Azteca" y el "Estadio Jalisco", forman el trio de estadios más grandes y cómodos del país), el estadio de "Prácticas" de C.U., albercas, gimnasios, frontones, canchas de te--nis, basquetbol, etc.

Asimismo cuenta con un inmueble ubicado en la Av. -Revolución, que en un principio se pensó utilizar como Casa--Club, pero que debido a situaciones que comentaremos más adelante, se convirtió exclusivamente en las oficinas del Club.

Exclusivamente como referencia, conoceremos los nombres de los jugadores que formaron parte del equipo en un momento dado de la temporada correspondiente a 1976-1977.

Porteros: Enrique Vázquez del Mercado, Horacio Sánchez y Jorge Espinoza.

Defensas: Genaro Bermúdez, Héctor Sanabria, Ernesto Cervantes, Arturo Vázquez Ayala, Jesús -- Iturralde, Mario Trejo, Domingo de la Mora, Ricardo Guzmán.

Volantes: José Luis López, Spencer Cohelo, Leonardo Cuellar, Jorge Vergara, Ladislao Domínguez, Washington Oliveira.

Delanteros: Juan José Muñante, Evanivaldo Castro, -- José Geraldo Cándido, Hugo Sánchez, Jesús Ramírez y Enrique López.

También podríamos mencionar en éste renglón algunos jugadores que se iniciaron deportivamente en el equipo Universidad y que han sido transferidos a otros, siendo su actuación destacada en ellos, como: Francisco Castrejón (América), René Trujillo (América), Antonio de la Torre (América), Enrique Borja (América), Hernán Cabalceta (Puebla), Juan Alvarado (Puebla), Carlos García (Jalisco), Manuel Aranda (Atlético -- Español) Alejandro Romanh (Laguna), Sergio Díaz (Monterrey) -

y Jesús Meza (Universitario de Nuevo León).

CUERPO TECNICO

El cuerpo técnico del equipo, o sea la parte motriz de donde emanan las ideas sobre los puntos estrictamente deportivos (Entrenamientos, concentraciones, estilo de juego, - técnicas y estrategias, etc.) está formado por un entrenador en jefe, auxiliado por un asistente y un preparador físico, - un médico, masajistas y utileros.

CONCENTRACIONES Y ENTRENAMIENTOS

Las concentraciones en el ámbito del Fútbol, no --
són otra cosa que la reunión de los jugadores y técnicos en --
un lugar designado, con el objeto de evitar que dichos jugado --
res tengan distracciones y organizar al equipo en fechas pre --
vias a compromisos establecidos y así obtener un mejor rendi --
miento de ellos.

En partidos de campeonato de liga el club Universi --
dad generalmente es concentrado en el hotel Lisbóa un día an --
tes de la celebración del partido.

Cuando el equipo tiene que viajar, se contratan los --
servicios de agencias turísticas, las cuales se encargan de --
todo lo concerniente a transportes, hospedaje, alimentación y --
demás servicios que el equipo requiera.

Como ejemplo de lo anterior anexámos el programa se --
guido por el equipo en una gira realizada a los Estados Uni --
dos para disputar dos encuentros contra el equipo brasileño --
Cruzeiro.



PROGRAMA PARA EL EQUIPO UNIVERSIDAD DURANTE LOS DIAS 3,4,5,6, Y 7 DE MARZO DEL AÑO EN CURSO, DURANTE SU VIAJE A LOS E.U. CON EL OBJETO DE CUMPLIR CON SU COMPROMISO DE DISPUTAR 2 PARTIDOS VS. EL CRUZEIRO DE BRASIL.

JUEVES 3.-

- 8:10 Hrs. Cita en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad - de México en las Oficinas de Western
- 9:10 Hrs. Salida hacia la Ciudad de Los Angeles, vuelo 604,- (se desayunará en el avión)
- 11:00 Hrs. Aproximadamente concentración en el Hotel Park - -
(de los Angeles) Airport

DESCANSO OBLIGATORIO

- 14.00 Hrs. Comida
- Tiempo Libre
- 20.00 Hrs. Cena
- 22.00 Hrs. Chequeo Médico

VIERNES 4.-

- 9.30 Hrs. Levantarse
- 10.00 Hrs. Desayuno
- de 10.30 Hrs. a
- 12.00 Hrs. Tiempo Libre
- 12.00 Hrs. Cita en el Hotel
- 14.00 Hrs. Comida
- DESCANSO OBLIGATORIO
- 17.30 Hrs. Junta Táctica
- 18.30 Hrs. Salida al Estadio Coliseo
- 20.00 Hrs. Juego Vs. Cruzeiro
- de 23.00 Hrs. a
- 23.30 Hrs. Cena





SABADO 5.-

- 7.15 Hrs. Levantarse
- 7.45 Hrs. Desayuno
- 8.30 Hrs. Salida hacia el Aeropuerto
- 9.00 Hrs. Llegada al Aeropuerto Internacional de los Angeles
- 10.00 Hrs. Vuelo 508 de United hacia la Ciudad de San Francisco
- 11.00 Hrs. Llegada aproximada a la Ciudad de San Francisco
- 11.30 Hrs. Concentración en el Hotel San Franciscan

DESCANSO OBLIGATORIO

- 14.00 Hrs. Comida
- Tiempo Libre
- 20.00 Hrs. Cena
- 22.00 Hrs. Chequeo Médico

DOMINGO 6.-

- 8.30 Hrs. Levantarse
- 9.00 Hrs. Almuerzo
- 11.00 Hrs. Junta Táctica
- 12.30 Hrs. Salida al Kezar Stadium
- 14.00 Hrs. Juego VS. Cruzeiro
- Tiempo Libre
- 24.00 Hrs. Cita en el Hotel

LUNES 7.-

- 7.30 Hrs. Levantarse
- 8.15 Hrs. Salida hacia el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de San Francisco
(Desayunará en el Avión)





9.45 Hrs. Salida hacia la Ciudad de México, Vuelo 601 de Western

16.45 Hrs. Llegada a la Ciudad de México.
(Hora de México)

Atentamente



DR. MIGUEL MEJÍA BARÓN
Gerente de Operación

MMJ/gmr.



FOQUEO INTERNACIONAL

Es mal de todo el Fútbol nacional y el Universidad--no podía quedar fuera de esto, la inexistencia de fogueo internacional al nivel adecuado, ya que solo de vez en cuando y principalmente a fines del campeonato de liga se programan algunos encuentros entre el equipo y alguno extranjero, (inciso anterior) lo que no beneficia en el aspecto deportivo por el reducido número de partidos que se llevan a cabo.

RELACIONES HUMANAS

Las relaciones humanas existentes entre los jugadores son casi nulas, ya que, aunque los dirigentes del equipo se han preocupado por fomentarlas, no han tenido el resultado esperado, y así, los jugadores realizan exclusivamente las labores concernientes al equipo de acuerdo al horario establecido; fuera de esto no llevan a cabo ninguna otra actividad que pudiera acercar o identificar más a los jugadores entre sí.

La dirección asimismo, trató de establecer actividades de acercamiento fuera del horario de entrenamiento, juegos y concentraciones, pero debido a que cada miembro se dedica preferentemente a asuntos personales, aquellas no pudieron llevarse a cabo. Se adquirió una casa que originalmente estaba destinada a ser un centro de reunión familiar para efectuar actividades culturales o de recreación, juegos de ping-pon, - sala de lectura, e inclusive se pensó en habilitar una alberca, pero todo quedó en proyectos por la falta de interés de las personas pertenecientes al equipo y de sus familiares, de ahí que actualmente no existan prácticamente las relaciones entre los jugadores y de estos con los directivos. Todas las actividades o reuniones que se realizan son solo para tratar asuntos propios del equipo.

PRESTACIONES E INCENTIVOS

Con el objeto de que los jugadores cuenten con una seguridad económica, el Club Universidad tiene establecido un sistema de prestaciones, cuya finalidad es exclusivamente obtener buen rendimiento de los jugadores dentro de la cancha.

Las diferentes formas de prestaciones se dividen en las siguientes:

- a). Servicios Médicos.- Para integrantes del equipo y sus familiares.
- b). Prestamos Personales.
- c). Ayuda para arrendamientos y compra de casas.
- d). Fomento de recreación entre los integrantes del equipo (paseos, visitas, etc.)
- e). Realización de espectáculos artísticos y culturales.
- f). Así mismo, los jugadores reciben primas por partido ganado o empatado.

ROL DE JUEGOS

Actualmente el rol de juegos del equipo Universidad queda determinado por el calendario que previamente a la temporada elabora la FEMEXFUT por conducto de la primera división de acuerdo a los campeonatos que se tengan programados.

El campeonato de liga consta en la actualidad de 38 fechas dividido en 2 vueltas de 19 cada una.

Cada equipo juega 19 veces como local y 19 de visitante.

El equipo Universidad tiene programados sus juegos los jueves a las 20.30 hrs. y los domingos a las 12 hrs.

En ocasiones se reciben visitas de equipos extranjeros celebrandose partidos "amistosos", los que se programan de acuerdo a los convenios que el club nacional celebra con el visitante.

FUERZAS INFERIORES

De estas fuerzas dependen del Club directamente 40 equipos infantiles (PUMITAS) con jugadores de 6 a 14 años de edad, y un promedio de 18 jugadores por equipo, lo que hace un total de 720. Además, un equipo de RESERVA PROFESIONAL, de donde emanan los jugadores que posteriormente participarán en el equipo profesional.

Por su parte, la propia UNAM patrocina 6 equipos que se desempeñan en los torneos internos y externos, y tiene un convenio con el club para que la gente más destacada reciba oportunidades de ingresar primero a los equipos de reservas y si es posible al equipo profesional.

Esos equipos són los siguientes:

UNO en Reserva Amateur (hasta 21 años)

UNO en Reserva Especial

UNO en Juvenil Especial

UNO en Juvenil 2a. Fuerza

UNO en Juvenil 1a. Fuerza

UNO en Infantil Especial

Aclarando que a estos equipos llegan asimismo prospectos de todos los demás que también integran los torneos -- mencionados.

FUENTES DE INGRESOS

Los ingresos del club, parte muy importante en él, -- provienen principalmente de cuatro conceptos.

A).- ENTRADAS

B).- CONCESIONES

C).- DERECHOS DE RADIO Y T/V.

D).- VENTAS DE JUGADORES.

ENTRADAS

Por este concepto, según los reglamentos que rigen al futbol nacional, el club que juega como local, recibe el -- total del ingreso dejado por el público en las taquillas, pa-

gando las obligaciones legales.

Así el Universidad recibe 19 veces por temporadas - estos ingresos.

Es conveniente aclarar que la asistencia de público al estadio es diferente en cantidad, de un partido a otro, dependiendo de muchos factores, que entre otros, ennumeraremos los siguientes:

a). De los Equipos:

- Si son de tradición o prestigio.
- Del número de seguidores de ambos equipos.
- La calidad de sus jugadores.
- Su posición en la tabla de clasificación.

b). De la importancia del partido:

- Si es de exhibición.
- Si es de campeonato.
- Si es de final de campeonato.
- Si es de carácter internacional.
- Si es un partido de carácter clásico.

c). Otros factores:

- Horario del partido.
- Transmisiones por televisión.
- Precios de entrada.
- Seguridad dentro del estadio.

- Medios de transporte.
- Estado del tiempo.
- Promociones de los equipos.

De acuerdo a lo anterior, según las estadísticas, - en la temporada 74-75, el Universidad tuvo un promedio de - - asistencia con boleto pagado a su estadio de 3,600 personas - por partido, en la temporada 75-76 aumento a 8,500 y hasta la la. vuelta de la temporada 76-77 se había incrementado hasta 14,000 personas por partido.

Los datos numéricos de los ingresos no fueron proporcionados por el Club, considerando que es información confidencial, no permitiendosenos tampoco acceso a la informa---ción contable.

CONCESIONES

Las concesiones que comprende el medio futbolístico, provienen de estacionamiento de vehículos, venta de bebidas y comestibles dentro del estadio, venta de artículos de recuerdo o "Souvenirs" (banderines, calendarios, posters, playeras, etc.) dentro y fuera del estadio. De lo anterior el Club recibe un porcentaje determinado, lo cual representa un ingreso más para sus areas.

DERECHOS DE TRANSMISION

La gran aceptación del espectáculo futbolístico en nuestro país, hace que las transmisiones de los partidos por medios masivos de comunicación se encuentren bien cotizadas, y así vemos que el Universidad cobra por derechos de transmisión por televisión, cantidades que oscilan entre los 80 y -- 150 mil pesos por partido, dependiendo de la importancia del partido que sostenga. La cantidad citada anteriormente, multiplicada por las 19 veces en que el Universidad actúa como equipo local, nos da un total de \$1,520,000.00 a 2,850,000.00 por temporada de liga.

POR VENTA DE JUGADORES

Sin embargo, según la opinión de algunos directivos del equipo, el renglón que representa los máximos ingresos para el Club, es el de la venta de jugadores, es decir, que de los jugadores que se preparan en las fuerzas inferiores del Club, muchos no le cuestan, pero si al paso del tiempo alguno destaca, existe la posibilidad de venderlo a otro equipo en cantidades considerables, lo que compensa con creces los pocos gastos que se hicieran en él.

APLICACION DE INGRESOS

Aunque no se pudo conocer el aspecto financiero del equipo debido a las causas comentadas con anterioridad, llegamos a la conclusión de que en realidad los ingresos del club, son en buen grado considerables, sin embargo no se pueden pasar por alto la cantidad enorme de renglones que representan un Pasivo para el equipo, así podemos enumerar:

a). Nómina de sueldos.- Resulta bastante elevada, - debido a la calidad personal de sus integrantes, tanto desde el punto de vista Administrativo, como del Técnico, Médico y Deportivo.

b). Mantenimiento del estadio.- Dentro del cual intervienen: sueldos del personal de servicios generales, implementos de trabajo, materiales, etc. que hace que se eleven -- las cifras por este concepto.

c). Compras de utilería e implementos deportivos.

d). Varios.

ACTIVIDADES PROMOCIONALES

En este punto trataremos de analizar algo que consideramos elemental para el objetivo de nuestro trabajo, ¿Qué - hace el Club para promoverse? ¿Qué resultados ha obtenido? --

¿Qué hace para lograr una mejor imagen?. Principalmente estas y otras preguntas las estudiaremos en este renglón, sin embargo las describiremos de acuerdo a la realidad del equipo; ya que la esencia verdadera de lo anterior, la conoceremos en el capítulo posterior, cuando lleguemos al pensamiento de la parte externa del Club, como son: Periodistas, cronistas deportivos y público en general y donde trataremos de dar las soluciones y recomendaciones consideradas pertinentes emanadas de nuestra investigación.

Al observar dentro del Club, nos dimos cuenta de -- los siguientes puntos:

- a). Relaciones Públicas.
- b). Publicidad.
- c). Promociones personales.
- d). Torneos internos.
- e). Varios.

a). Relaciones Públicas.- De acuerdo a nuestras observaciones, son llevadas a cabo exclusivamente por dos personas: el Subdirector (Sr. Arnoldo Levinson) que se encarga de las relaciones con Directivos, Periodistas, etc. y el Gerente de Operación (Dr. Miguel Mejía Barón) cuya labor es la de estar al tanto de las necesidades de los jugadores, como son: - alimentación, hospedaje, transportes, utilería, etc., también

se encarga de proporcionar información y atender al público - en general cuando lo solicitan.

b). Publicidad.- En este renglón, la publicidad que recibe el equipo, proviene exclusivamente de la que realiza - en televisión el canal 13, al anunciar los partidos que lleva a cabo en su estadio el Club Puma, también recibe publicidad- por parte de los diarios deportivos, aunque esta es más gené- rica.

c). Promociones personales.- Este aspecto está to- talmente descuidado por el equipo, ya que no hay ni el más -- leve propósito para llevar a cabo actividades en las que el - jugador promueva personalmente al equipo.

d). Torneos internos.- Existen torneos internos en- tre los equipos del plantel y de la institución, donde se mo- tiva a los jugadores participantes, premiándolos con medallas, diplomas y otra clase de incentivos. Cuando juegan contra -- equipos que pertenecen a ligas externas, acostumbran regalar- balones entre el público asistente. Lo anterior se realiza - tanto a nivel infantil, como juvenil y de reserva.

e). También existen promociones variadas, aunque es porádicas, de diversa índole, como por ejemplo: Espectáculos- en los intermedios de cada partido presentando bandas de músi- ca, bailes regionales, bastoneras, saltos de paracaidistas --

etc. Sin embargo, estos espectáculos no son a iniciativa de la directiva del equipo sino que provienen del exterior.

También proporcionan rebajas en los precios de entrada a los estudiantes universitarios e incluso dejándolos entrar en forma gratuita.

Se realizan este tipo de promociones también entre el público en general, dejando entrar dos personas con un solo boleto (un adulto y un niño).

Antes de cada partido estelar, por lo general hay un preliminar entre las reservas del equipo de la Universidad y un equipo invitado de las diferentes ligas del distrito federal.

Así, en realidad vemos que la gente del Club se interesa en promoverlo, pero todavía en forma rudimentaria, no con un fin específico que los lleve a conseguir más adeptos, y que por consiguiente se reflejen éstos en todas las actividades que realiza el Club Universidad.

A P E N D I C E

Después de los primeros estudios, estamos en posibilidad de asentar algunas hipótesis en base a situaciones detectadas tanto en el fútbol Nacional como en el Club Universidad:

- A). La organización del fútbol Nacional es deficiente.
- B). No existe una promoción adecuada.
- C). La organización del Club Universidad es deficiente.
- D). No cuenta con los seguidores que debería de tener por su éxito deportivo.
- E). No representa a la U.N.A.M.
- F). El estudiante universitario no se identifica con el club.
- G). No existe en el club un adecuado manejo comercial.

MUESTREO

Determinación del tamaño de muestra.

Se definió el universo (N) como el número de habitantes del Distrito Federal, restando a criterio nuestro el 60% que estimamos corresponde a personas que no se interesan en el futbol. Debido a que del 40% restante se desconocen sus características idóneas para estratificarlo, se consideró infinito, así:

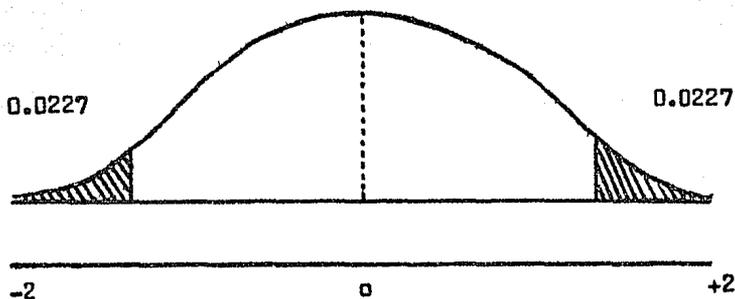
N = Número de habitantes del Distrito Federal - 60%

$$13,000,000 - 7,800,000 = 5,200,000$$

e = Error de estimación \pm 0.06

Z = Desviación normal = Z

Coefficiente de confianza 95.46%



FORMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5,200,000}{1 + 5,200,000 (.06)^2}$$

n = 277.7629 = 278

n = 278 entrevistas

Para realizar las entrevistas a periodistas y cronistas especializados, se eligieron a los 12 más conocidos del medio.

Para la aplicación de los cuestionarios, se descartaron a las personas (hombres) menores de 10 años y mayores de 60 años y aplicandose solo a un 10% del total de la muestra a mujeres con edad entre los 15 y 30 años, que consideramos mercado potencial para el fútbol.

CUESTIONARIO "A" PARA AFICIONADOS AL FUTBOL EN GENERAL.

- 1.- ¿Le gusta a usted el futbol?
Si _____ No _____
- 2.- ¿Juega usted futbol?
Si _____ No _____
- 3.- ¿Cuál es su equipo favorito? (de la liga profesional).

- 4.- ¿Por qué es su equipo favorito?
Por su estilo de juego _____ Porque le echa muchas
ganas _____
Por sus jugadores mexicanos _____
Porque es muy regular en sus juegos _____
Por sus jugadores extranjeros _____
Por su tradición _____ Por mi escuela _____
Porque pasan por T.V. sus partidos _____
Porque le voy desde mi infancia _____
Porque es muy bonito su uniforme _____
Porque es buena su organización _____ Otros _____
- 5.- ¿Qué no le gusta de su equipo favorito?

- 6.- ¿Asiste usted a los partidos de futbol al estadio?
Si _____ No _____
- 7.- ¿Cuántas veces al mes?
menos de 1 _____ 1 _____ 2-3 _____ 4-6 _____
7-10 _____ mas de 10 _____
- 8.- ¿Escucha por radio los partidos de futbol?
Si _____ No _____
- 9.- ¿Cuántas veces al mes?
Menos de 4 _____ 1 _____ 2-3 _____ 4-6 _____
7-10 _____ mas de 10 _____
- 10.- ¿Ve por T.V. los partidos de futbol?
Si _____ No _____

11.- ¿Cuántas veces al mes?.

Menos de 1 _____ 1 _____ 2-3 _____ 4-6 _____
7-10 _____ mas de 10 _____

12.- ¿Por qué no asiste al estadio?.

Esta muy lejos _____ No hay estacionamiento _____
No hay transporte _____ no me entero de los partidos _____
El sonido local no es adecuado _____ no hay seguridad _____
No hay espectáculo _____ No juega mi equipo _____
No hay higiene en los baños _____ El boleto es muy --
caro _____
La comida cuesta cara _____ Es incomodo _____ No hay ambien
te _____
Los juegos son a horas inadecuados _____ No hay promo--
ciones _____
Otras _____ Otros _____

13.- ¿Por qué medio se entera de las Actividades Futbolísti--
cas?.

T.V. _____ Radio _____ Periódicos _____ Revistas _____
Personalmente _____

14.- ¿Considera conveniente que los equipos profesionales rea
lizaran en ocasiones sus prácticas en diferentes centros
deportivos?.

Si _____ No _____

15.- ¿Por qué?.

16.- ¿Qué opina de los campos de prueba?.

17.- ¿Por qué?.

18.- ¿Qué opina de la organización del futbol mexicano en ge
neral?.

19.- ¿Por qué?.

Los cuestionarios fueron redactados y dado el enfoque que se
estimo apropiado para conocer la opinión general y de la comu
nidad universitaria en particular, ya que se considera neces
aria la información del público en general para corregir la or
ganización del C. U. nos serviría para tratar de capturar di
cha comunidad como mercado cautivo, ya que de llevarse a cabo
se considera suficiente para lograr los fines que se persi- -
guen.

CUESTIONARIO "B" PARA AFICIONADOS AL FUTBOL DE LA COMUNIDAD
UNIVERSITARIA.

- 1.- ¿Le gusta a usted el futbol?
Si _____ No _____
- 2.- ¿Juega usted el futbol?
Si _____ No _____
- 3.- ¿Cuál es su equipo favorito (de la liga profesional)?

- 4.- ¿Asiste usted a los partidos de futbol al Estadio de -
C.U.?
Si _____ No _____
- 5.- ¿Cuántas veces al mes?
menos de 1 _____ 1 _____ 2 _____
- 6.- ¿Por qué no asiste al Estadio de C.U.
Esta muy lejos _____ No hay higiene en los baños _____
No hay transporte _____ El boleto es muy caro _____
No hay seguridad _____ La comida cuesta cara _____
No hay buen espectáculo _____ El sonido local no es - -
adecuado _____
No juega mi equipo _____ Es incómodo _____
No hay estacionamiento _____ No hay ambiente _____
No hay promociones _____ No me entero de los partidos _____
Los juegos son a horas inadecuadas _____ Otras _____
- 7.- ¿Cómo aficionado al Futbol, que le gusta del equipo Uni--
versidad?
Nada _____ Su estilo de juego _____
Su organización _____ Pasan por T.V. sus parti--
dos _____
Su uniforme _____ Es muy regular en su jue--
go _____
Le echa muchas ganas _____ Su tradición _____
Otras _____
- 8.- ¿Qué no le gusta del Equipo Universidad?
Que no sean puros jugadores mexicanos _____
Que no sean puros jugadores universitarios _____
Su uniforme _____

Su emblema o escudo _____
 Su organización _____
 Su irregularidad _____
 Su falta de ganas _____
 Su estadio _____
 Su porra _____
 Otros _____

9.- ¿Conoce usted la organización del equipo universidad?.

Si _____ No _____

10.- ¿Si conoce la organización, qué opina de ella?.

11.- ¿Cree usted, que el equipo universidad representa verdaderamente a la U.N.A.M.?

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

12.- En caso de que no. ¿Qué se debe hacer para que si la represente?

13.- ¿Le parece correcto el horario en qué juega el equipo?

Si _____ No _____

14.- En caso de que no, ¿A qué hora debería jugar, y por qué?

15.- ¿Qué tipo de jugadores considera que debería contratar el Universidad, y por qué?.

16.- ¿Le gusta del equipo Universidad?

Sus colores _____ Su uniforme _____ Su escudo _____

17.- En caso de no, ¿Cómo deberían ser?.

18.- ¿Considera que son aprovechadas correctamente las - -
fuerzas inferiores del equipo?

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

19.- ¿Cree usted que dentro de la comunidad universitaria-
se encuentren buenos jugadores para el equipo univer-
sidad?.

Si _____ No _____

20.- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de reclutarlos?

21.- ¿Sabe usted de algunas actividades promocionales o pu-
blicitarias que haya realizado el equipo universidad-
para atraerse seguidores?.

Si _____ No _____

22.- ¿Si sabe de algunas actividades. ¿Cuál le ha parecido
mejor?.

23.- ¿Podría sugerir alguna otra forma de promoción o de -
mejoramiento para el club Universidad?.

PREGUNTAS BASICAS PARA CRONISTAS Y PERIODISTAS ESPECIALIZADOS

- 1.- ¿Que le parece la organización del futbol mexicano en general?.
- 2.- ¿Cómo cree que pudieran corregirse los aspectos negativos de dicha organización?
- 3.- ¿Cree Ud. que el futbol mexicano se encuentre debidamente promocionado?
- 4.- ¿Que formas de promoción sugiere?
- 5.- ¿En que forma cree Ud. que cooperarían mejor los medios masivos de comunicación para un desarrollo más amplio del futbol tanto a nivel amateur como profesional?
- 6.- ¿Particularmente que opina de la organización que tiene el equipo universidad, tanto en el aspecto administrativo como en el deportivo?
- 7.- ¿Como cree que pudiera mejorarse y promoverse?

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO "A" PARA LOS AFICIONADOS AL FUT
BOL APLICADOS AL PUBLICO EN GENERAL

Tomando en consideración que nuestro universo está integrado unicamente por hombres mayores de 10 años y menores de 60, así como por un 10% de las mujeres con una edad entre los 15 y 30 años de edad, el cuestionario se aplicó unicamente a los que fueran aficionados al futbol, por lo que las respuestas en la pregunta No. 1 fueron en un 100% afirmativas y nos asegura la captación total de la muestra elegida, no elaborandose gráfica.

De los 278 entrevistados un 75.25% practica el futbol en forma asidua (una vez por semana) y el restante 24.75% no lo practica. De acuerdo a lo anterior consideramos que la mayoría de los entrevistados está dentro del ambiente del futbol.

En la pregunta No. 3, referida a la preferencia del aficionado hacia los equipos, los que resultaron con un mayor número de simpatizantes fueron: América (29.79%), Guadalajara (17.17%) Cruz Azul (14.64%), Atlético Español (5.05%), Atlante (5.05%), del total de entrevistados unicamente el 1.51% -- son partidarios del Universidad.

Las causas principales por las que los aficionados prefieren en mayor o menor grado a un determinado equipo, se

detectaron en la pregunta No. 4. El estilo de juego fué el - que alcanzó un mayor porcentaje (84.34%), la nacionalidad de sus integrantes también es factor importante (26.76%) así como la tradición que tiene el equipo (25.75%).

Los motivos por los que un equipo pierde adeptos o no tiene un gran arraigo entre los aficionados, es la irregularidad que muestra a través de sus actuaciones, influyendo - también en forma determinante la manera de actuar de su di---rectivo para corregir dicha irregularidad y estar pendiente - de que es lo que quiere el aficionado. (no se elaboró gráfica)

Al preguntarseles si asistían al estadio a presen--ciar los partidos de futbol, un 71.71% contestó afirmativamente. De estas personas el 57.05% menos de 1 vez al mes, un --24.64% una vez, el 17.60% dos o tres veces y un 0.70% de cua--tro a 6 veces por mes, lo cual no consideramos como significativo.

Un poco más de la mitad de entrevistados escucha los partidos de futbol por la radio, para ser más exactos el ---50.50%. De éste % el 54% lo escucha de 2 a 3 veces por mes, - el 20% de 7 a 10 veces por mes el 15% una sola vez, el 7% de 4 a 6 veces por mes y el restante 4% menos de una vez al mes, lo que indica una importancia relativa de este medio masivo - de comunicación.

La televisión constituyó el medio más importante para la difusión del futbol, ya que la gran mayoría de los entrevistados afirmó ver los partidos de futbol por T/V. (94.44%). Del porcentaje anterior convertido al 100%, el 28.34% lo ve de 2 a 3 veces por mes, el 39.03% de 4 a 6 veces por mes, el 15.50% de 7 a 10 veces, más de 10 veces por mes el 6.41% y el 10.72% lo ve una vez al mes.

Las causas principales por las que la gente no asiste al estadio a presenciar los partidos de futbol, quedaron integradas en la pregunta No. 12. Tratandose de una pregunta de alternativas múltiples, muchas personas contestaron varias opciones a la vez, siendo la más señalada el hecho de que el estadio se encuentre distante (37.87%) El segundo motivo más importante fué que la más de las veces no juega el equipo favorito del aficionado, en tercer lugar resultó el costo de boleto de entrada, el cual fue considerado prohibitivo para un 17.67%. Casi el mismo porcentaje alcanzó la respuesta que se refiere a la calidad del espectáculo (16.16%). La seguridad que reina dentro del estadio no es del agrado de algunos entrevistados (12.62%).

Los medios por los que el público se entera de las actividades futbolísticas son los más comunes, a saber: radio, T.V. y prensa, siendo este último medio el que alcanzo un por

centaje mayor (74.74%), la T.V. (73.25%), la radio (40.40%).

También la gran mayoría de los encuestados (73.73%) considera conveniente que los equipos realizaran en ocasiones sus prácticas en diferentes centros deportivos.

Por último se solicitó la opinión acerca de la organización del futbol mexicano en general, pregunta que por los resultados obtenidos y que comentaremos en su oportunidad, no se obtuvo una información adecuada.

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO "B" PARA LOS AFICIONADOS AL FUT
BOL APLICADOS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

De la misma manera que en el cuestionario aplicado al público en general, el resultado de la pregunta No. 1 resultó ser 100% afirmativa, por lo que no se elaboró gráfica.

Del total de entrevistados, el 60,80% practica el fútbol lo que nos favorece ya que sus respuestas serán más -- confiables.

La pregunta No. 3, clave para nuestra investigación, dió como resultado la confirmación de nuestra hipótesis acerca de que la comunidad universitaria no se identifica con el equipo, ya que solo un 18.51% afirmó ser partidario del equipo Universidad en contraposición por ejemplo, con el 30.69% de partidarios que tiene el América y el 19.58% del Club Guadalajara.

La cuarta pregunta de gran importancia para los objetivos fijados, reafirma el poco interés que el universitario tiene en el equipo, ya que un 55.56% manifestó que no ocurre al estadio de Ciudad Universitaria y el 44.44% si asiste. De este último porcentaje (44.44%) solo el 27.38% va dos meses por mes, lo cual no puede ser considerado como significativo.

Al preguntarseles el porque no asistían la gran mayoría contestó que el estadio se encontraba muy lejos (38.62%)

aunque también resalta el horario en que celebran los partidos ya que un 33.86% dijo que eran a horas inadecuadas.

El transporte es uno de los problemas que expusieron los entrevistados, el 23.28% contestó que no era el adecuado.

Como se vió en la pregunta No. 3 el equipo Universidad no es el que más preferencia tiene dentro del estudiantado y el preguntarseles que es lo que más les gustaba del equipo Universidad, el estilo de juego fue el de más alto porcentaje (86.24%) otro 22.75% dijo que le gustaba su uniforme y a un 13.75% les parecía buena la organización que tenía el equipo.

En la pregunta No. 8 se preguntó que es lo que no les gustaba del equipo Universidad, siendo determinante el hecho de que no estuviera integrado el equipo por puros jugadores universitarios o el que alineara en sus filas a jugadores extranjeros (80.95%). El segundo aspecto que resaltó fue la porra del equipo, de la cual no hay ningún control dentro del estadio (17.98%).

La organización que guarda el Club Universidad no es conocida, ya que del total de entrevistados el 92.06% dijo desconocerla.

En cuanto a la representación que hace el equipo de

futbol Universidad A.C., de la UNAM como institución, surgieron varios comentarios como los que detallamos más adelante, los cuales nos permiten formarnos un criterio al respecto:

Los jugadores que integran el equipo no son universitarios (97.49%).

Es un equipo que no lo patrocina la UNAM (.50%)

Es solo un equipo más de futbol (1.51%)

Son personas ajenas a la institución (.50%)

Los porcentajes anteriores fueron tomados de un -- 71.95% de entrevistados que contestaron que no representaba a la UNAM.

Los que contestaron que si la representaba (28.05%), tuvieron los siguientes argumentos:

Es de iniciativa universitaria aunque no tenga jugadores universitarios (7.54%).

Por utilizar el nombre de la Universidad (13.22%)

Juegan en el algunos alumnos y egresados de la UNAM (7.54%)

Es patrocinado por la UNAM (5.66%)

Porque muchos estudiantes van a ver al equipo -- (3.77%)

El porcentaje restante no emitió opinión (62.27%)

En cuanto al horario de juego, el 52.91% de entre--

vistados opinó que el que tiene el equipo actualmente era correcto. El porcentaje restante considera que debería jugar más temprano, (un horario entre las 5 y 7 P/M. los días jueves). (no se elaboró gráfica).

La pregunta No. 15 tenía una relación directa con la No. 8 y la No. 11, ya que en ella se le pregunta al aficionado cual es el tipo de jugadores que debería contratar el -- Universidad. La gran mayoría contestó que deberían ser jugadores universitarios (32.80%). Otro porcentaje más reducido (5.29%) pedía que fueran jugadores mexicanos y un 4.23% verdaderos jugadores profesionales.

Al preguntar sobre el uniforme que utiliza el equipo de futbol Universidad el 96.82% contestó que le parecía bonito, el porcentaje restante (3.18%) dió las siguientes opiniones:

El escudo no es el original (1.58%).

Los colores deberían ser los de la UNAM).

Las fuerzas inferiores del equipo no son utilizadas en forma correcta según el 55.02% de los entrevistados. Un 15.34% dijo no saber que tuvieran fuerzas inferiores, los demás daban respuestas confusas.

Los que opinaron que no eran bien aprovechadas dieron los siguientes conceptos:

No han salido muchos jugadores universitarios - - -
(26.92%)

No hay promociones de jugadores (3.84%).

Prefieren más a los jugadores extranjeros que a los
universitarios (5.76%).

no se ven resultados (4.80%)

De lo anterior se desprende que es necesario sacar-
un mejor provecho de dichas fuerzas.

En la pregunta No. 19, el 100% de los entrevistados
coincidió en considerar que dentro de la comunidad universita-
ria se encuentran muy buenos jugadores de futbol los cuales -
no son aprovechados por el equipo de la Universidad, conside-
rando que para seleccionarlos deben utilizar los siguientes -
métodos:

Realizar torneos inter-facultades.

Realizar publicidad y promoción.

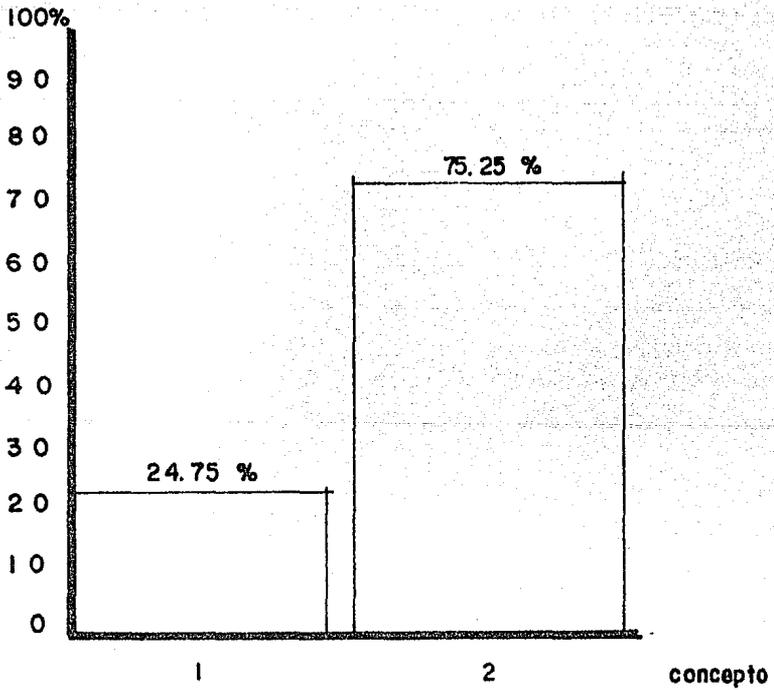
Tener un equipo de seleccionadores y buscadores.

Motivando al estudiantado.

De las actividades promocionales que ha realizado -
el equipo de futbol Universidad, un 78.83% dijo desconocerlas,
de los que contestaron afirmativamente conocer o saber de las
promociones la que les habia parecido mejor fue que dejaran -
entrar en forma gratuita a los estudiantes.

De la última pregunta surgieron algunas opiniones - valiosas aunque no en la cantidad y calidad esperadas, ya que la mayoría de los entrevistados denotaron cierta apatía para meditar la respuesta y se concretaban a no responderla. En las conclusiones verteremos los tipos de promoción que surgie ron.

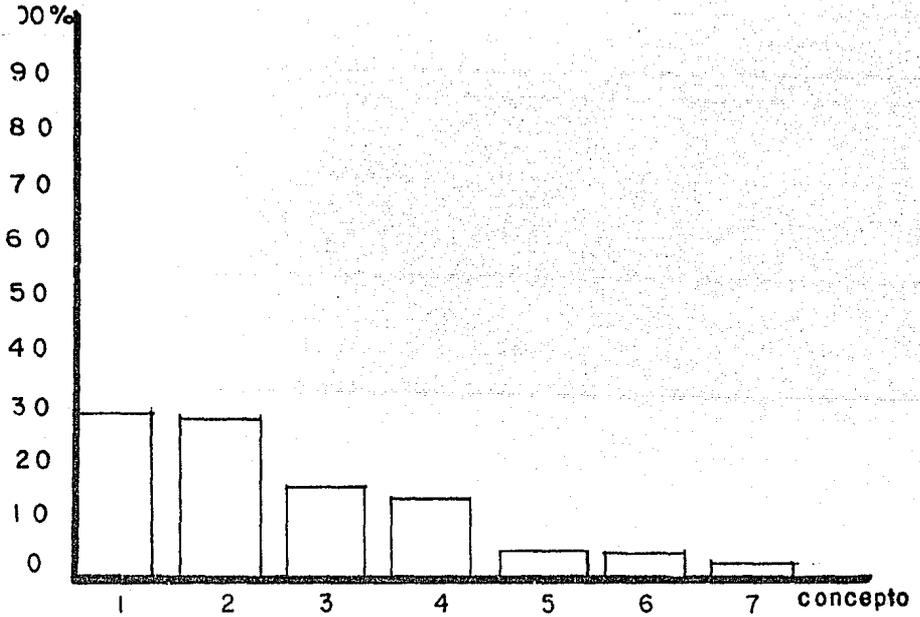
PRACTICA DEL FUTBOL



1- NO PRACTICAN EL FUTBOL

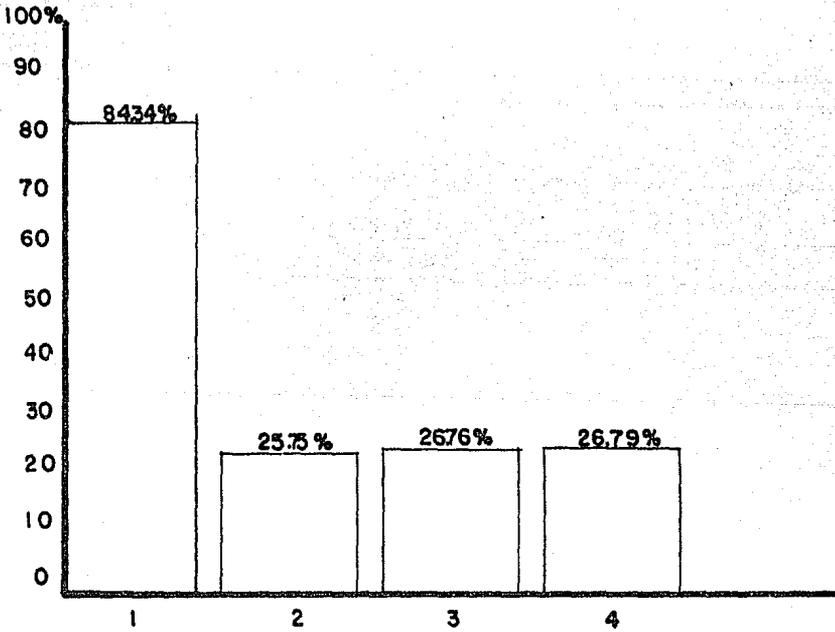
2- PRACTICAN EL FUTBOL

EQUIPOS FAVORITOS DE LOS AFICIONADOS



1-	A M E R I C A	29.79 %
2-	O T R O S	28.89
3-	G U A D A L A J A R A	17.17
4-	C R U Z A Z U L	14.64
5.-	A T L A N T E	5.05
6-	A T L . E S P A Ñ O L	5.05
7-	U N I V E R S I D A D	1.51

MOTIVOS DE PREFERENCIA



1- ESTILO DE JUEGO

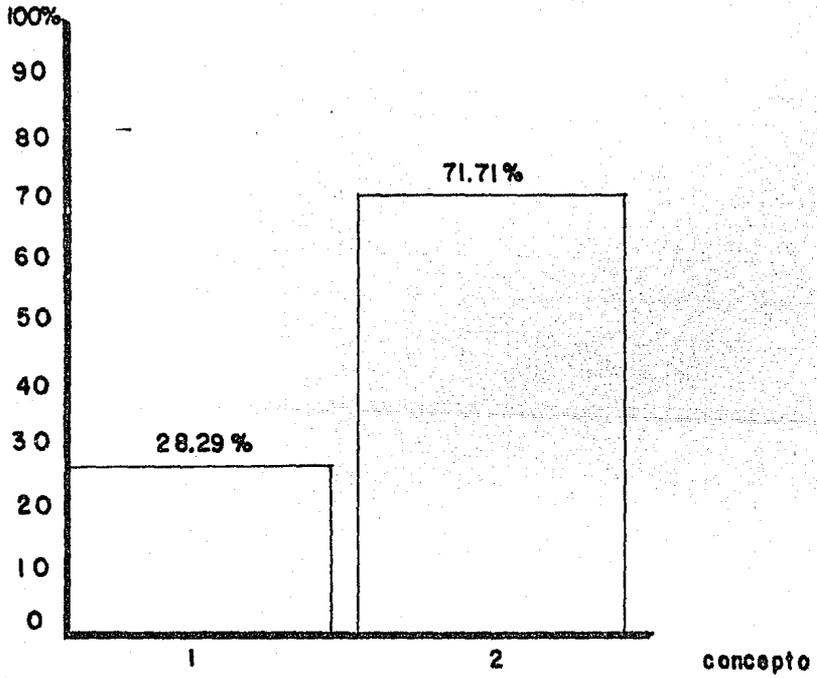
2- TRADICION

3- NACIONALIDAD DE LOS JUGADORES

4- O T R O S

GRAFICA No 4

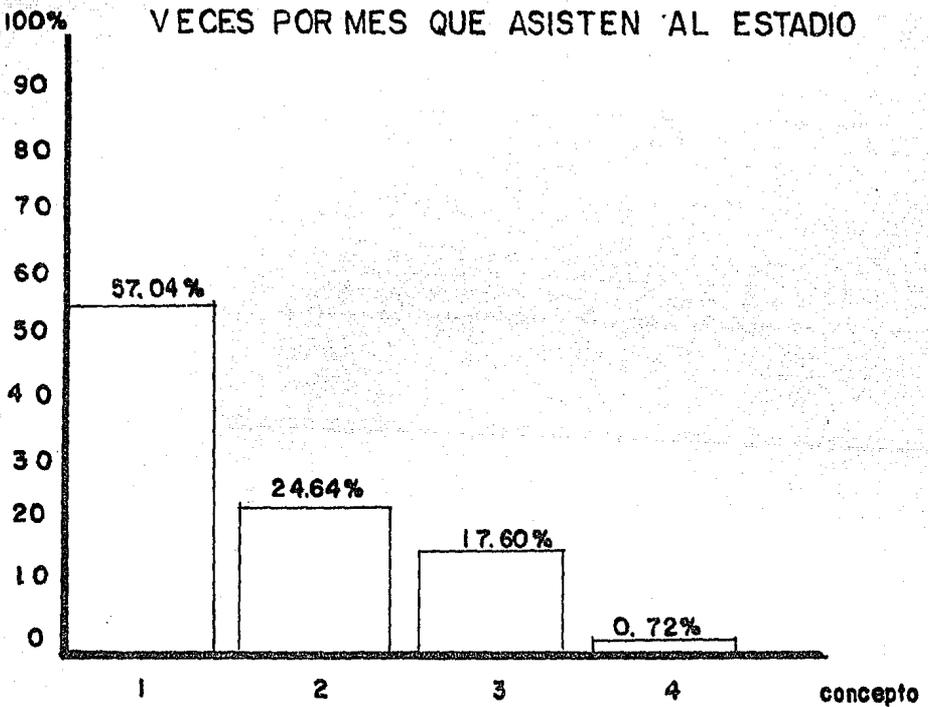
ASISTENCIA DE AFICIONADOS AL ESTADIO



1.- NO ASISTEN AL ESTADIO

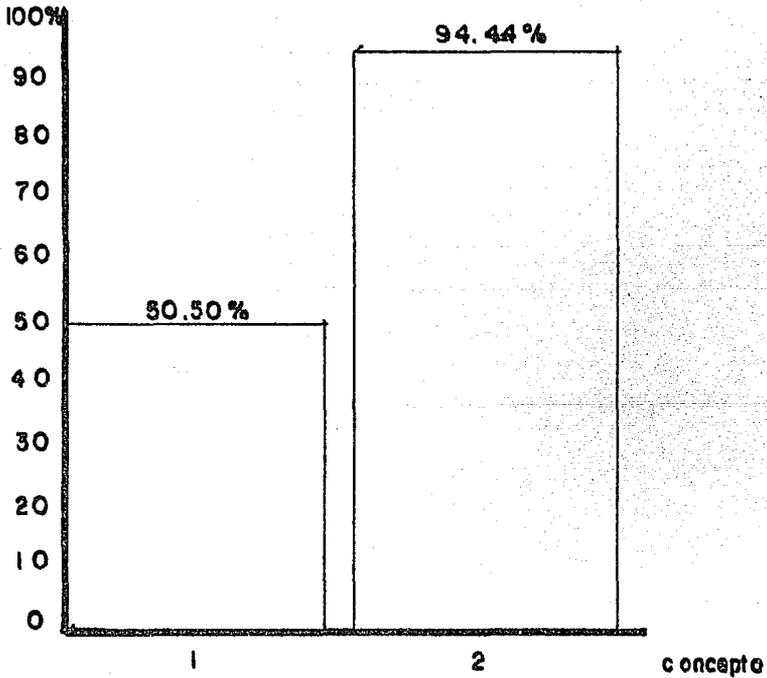
2.- ASISTEN AL ESTADIO

GRAFICA No 5



- 1.- ASISTEN MENOS DE 1 VEZ AL MES
- 2.- ASISTEN 1 VEZ AL MES
- 3.- ASISTEN DE 2 A 3 VECES AL MES
- 4.- ASISTEN DE 4 A 6 VECES AL MES

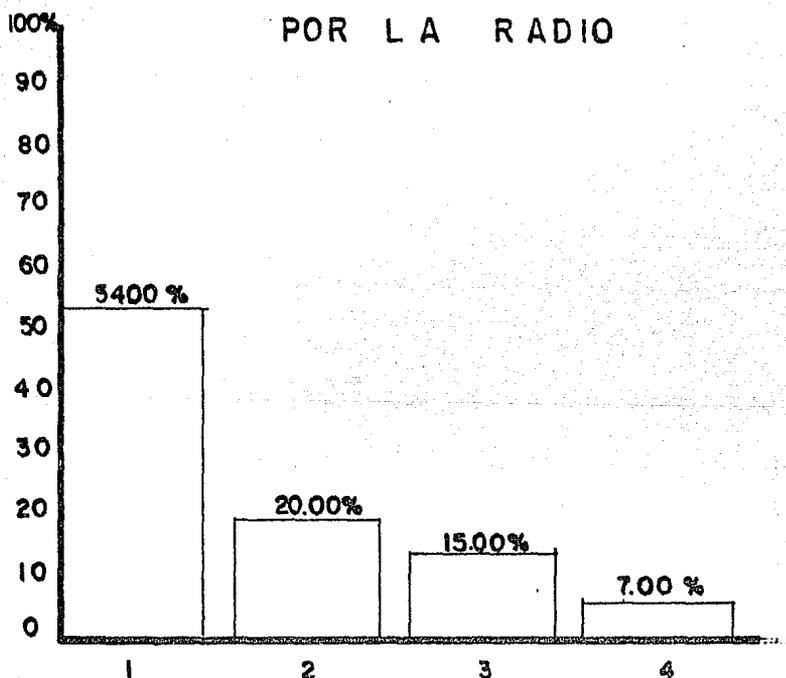
MEDIOS DE DIFUSION



1.- ESCUCHAN LOS PARTIDOS DE FUTBOL POR RADIO

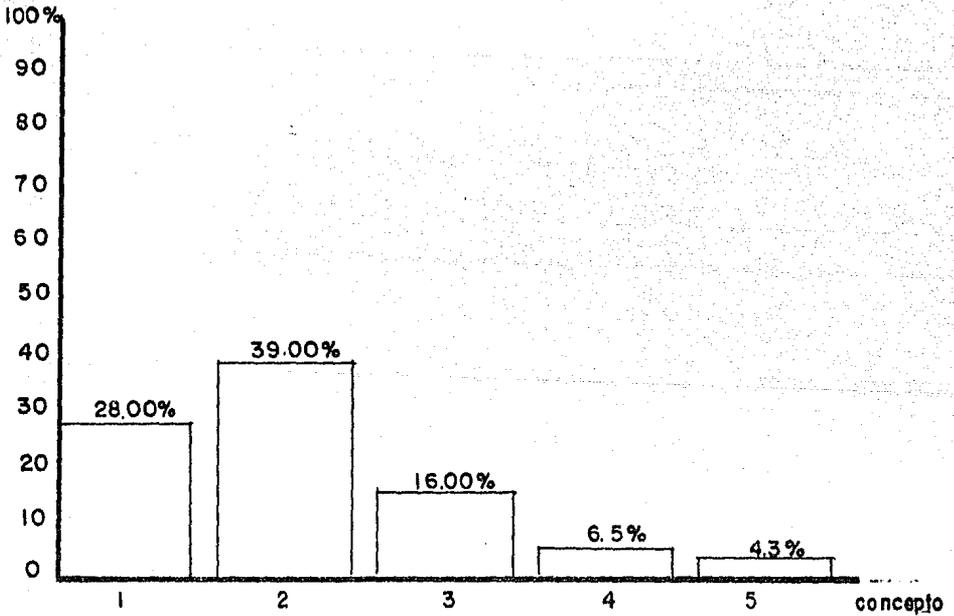
2.- OBSERVAN LOS PARTIDOS DE FUTBOL POR T.V.

ESCUCHAN LOS PARTIDOS DE FUTBOL POR LA RADIO



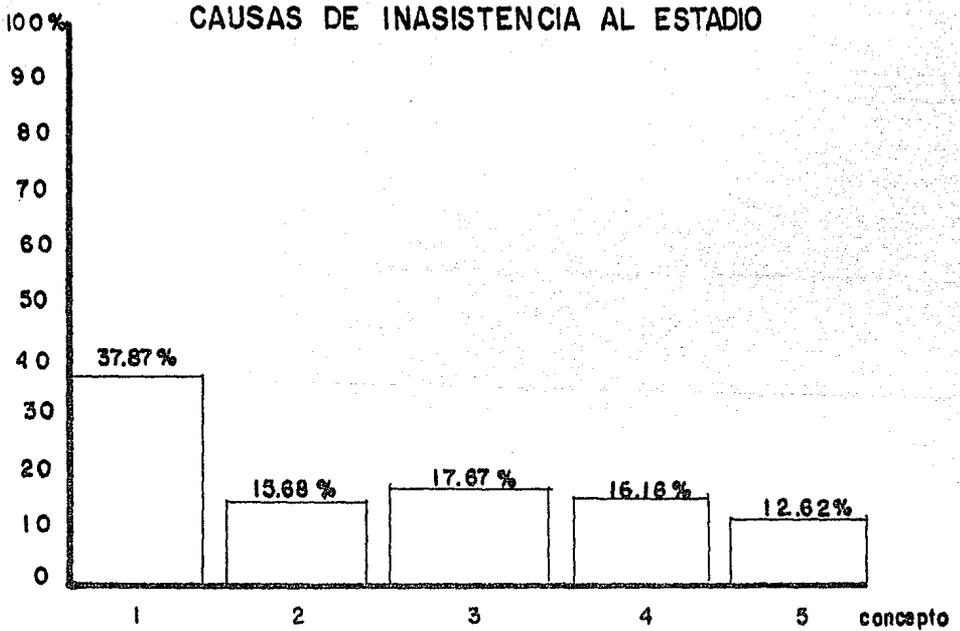
- 1- LOS ESCUCHA DE DOS A TRES VECES POR MES
- 2- LOS ESCUCHAN DE CUATRO A SIETE VECES POR MES
- 3- LOS ESCUCHAN DE UNA VEZ AL MES
- 4- LOS ESCUCHAN DE SIETE A DIEZ VECES POR MES

OBSERVAN LOS PARTIDOS POR TV.



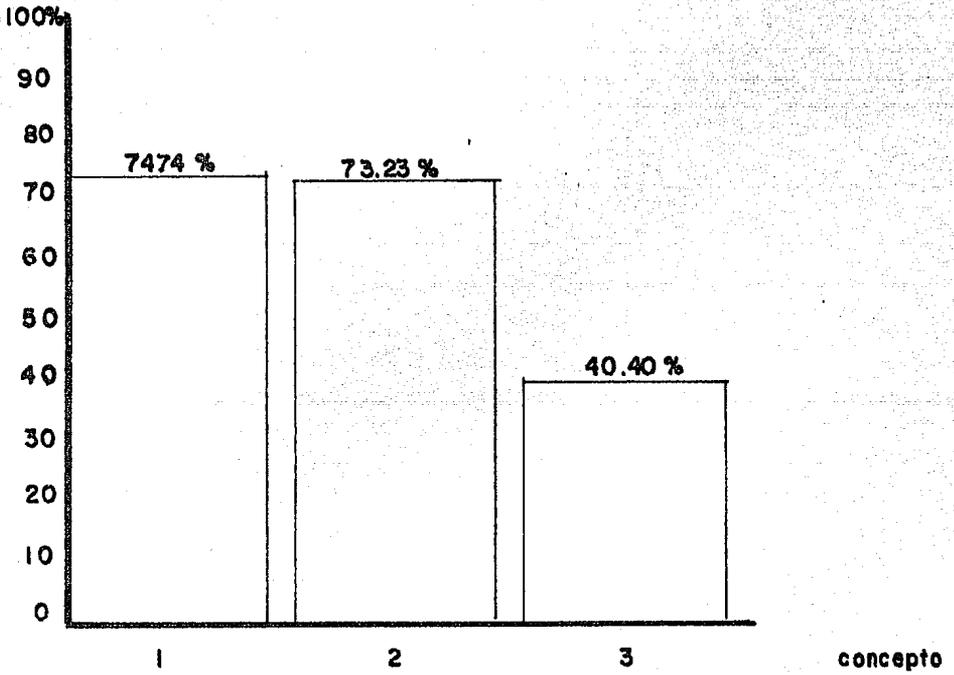
- 1- LOS VEN DE 2 A 3 POR MES
- 2- LOS VEN DE 4 A 6 VECES POR MES
- 3- LOS VEN DE 7 A 9 VECES POR MES
- 4- LOS VEN 10 VECES AL MES
- 5- LOS VEN MAS DE 10 VECES AL MES

GRAFICA No 9



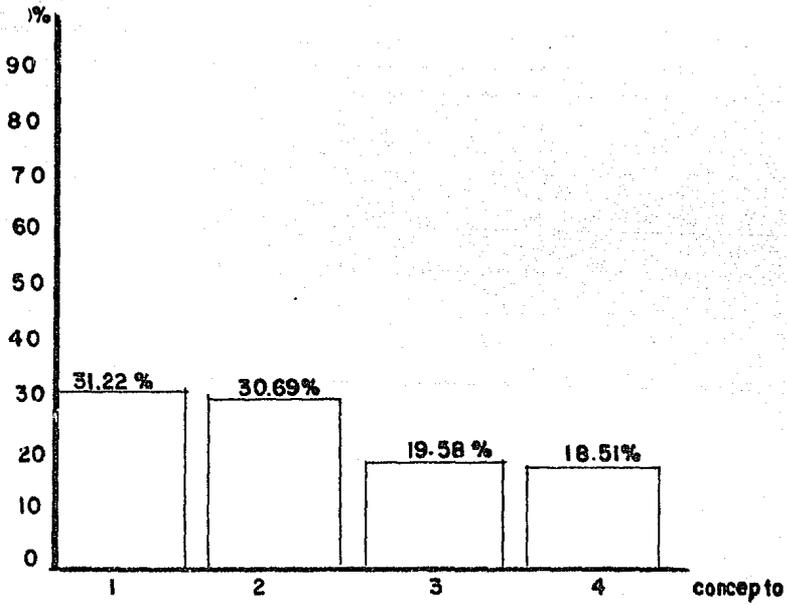
- 1- EL ESTADIO SE ENCUENTRA DISTANTE
- 2- NO JUEGA EL EQUIPO FAVORITO
- 3- LA LOCALIDAD ES CARA
- 4- HAY POCA CALIDAD EN EL ESPECTACULO
- 5- HAY POCA SEGURIDAD EN EL ESTADIO

MEDIOS DE DIFUSION



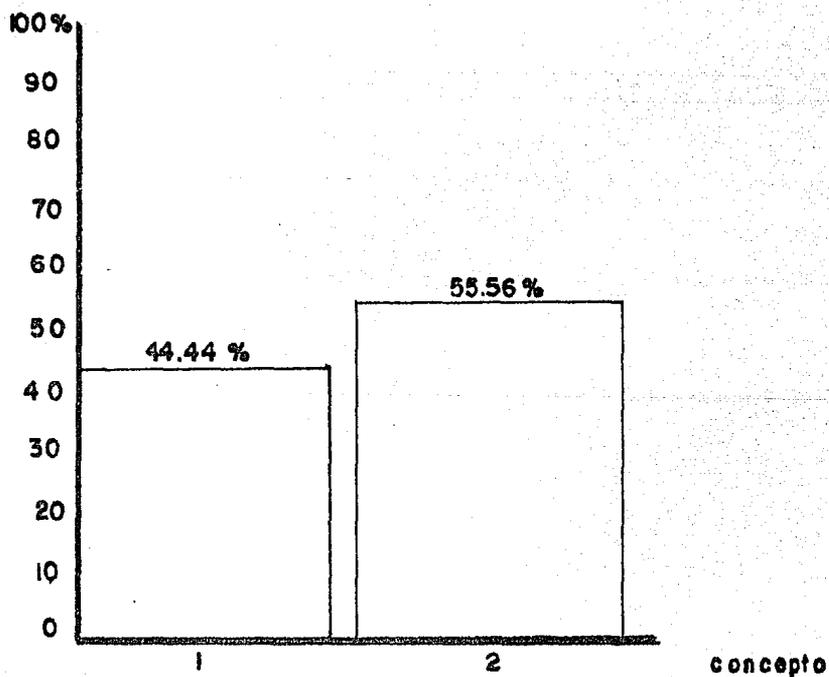
- 1- PRENSA
- 2- TELEVISION
- 3- RADIO

EQUIPOS FAVORITOS DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA.



- 1- OTROS
- 2- AMERICA
- 3- GUADALAJARA
- 4- UNIVERSIDAD

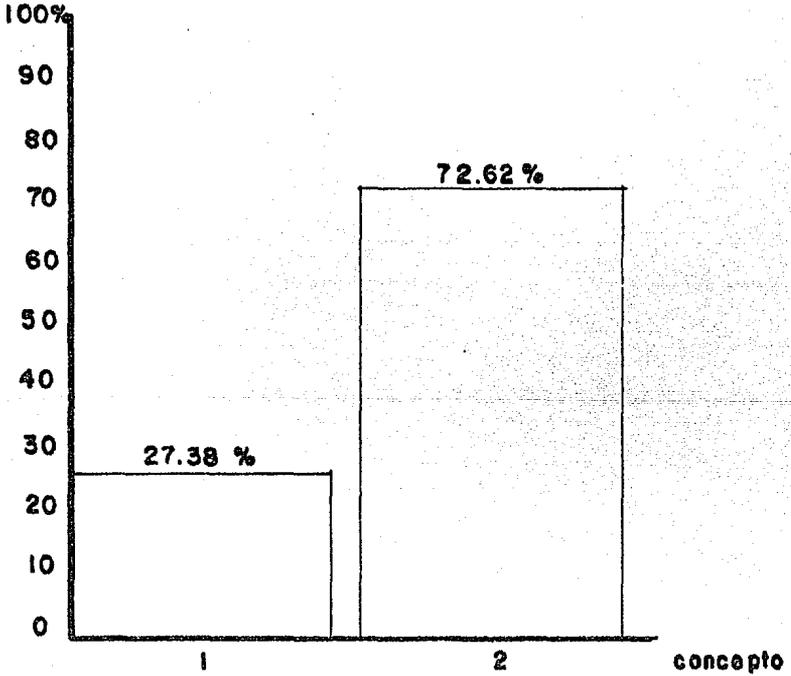
ASISTENCIA AL ESTADIO DE C. U.



1.- ASISTEN AL ESTADIO

2.- NO ASISTEN AL ESTADIO

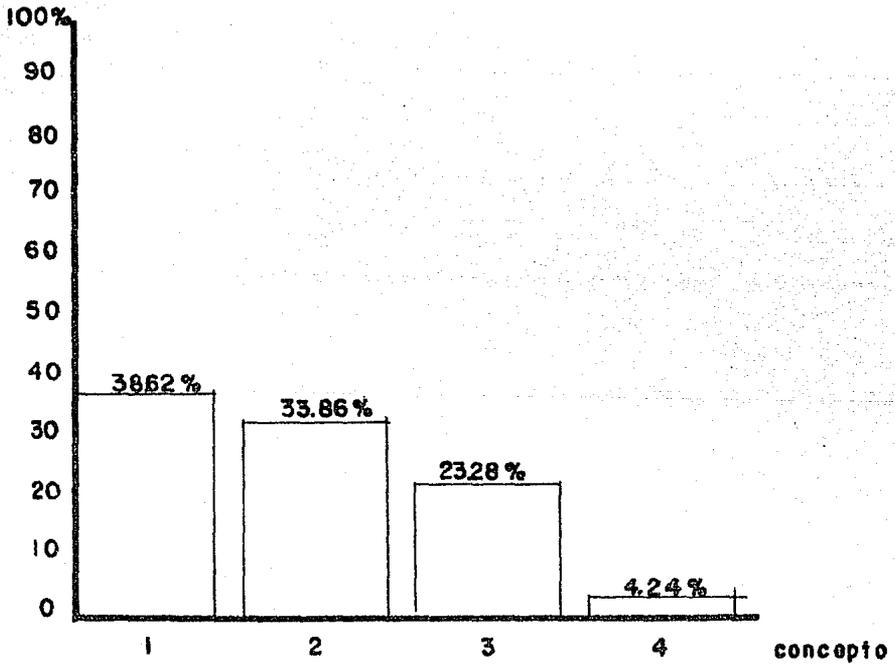
VECES POR MES QUE ASISTEN AL ESTADIO



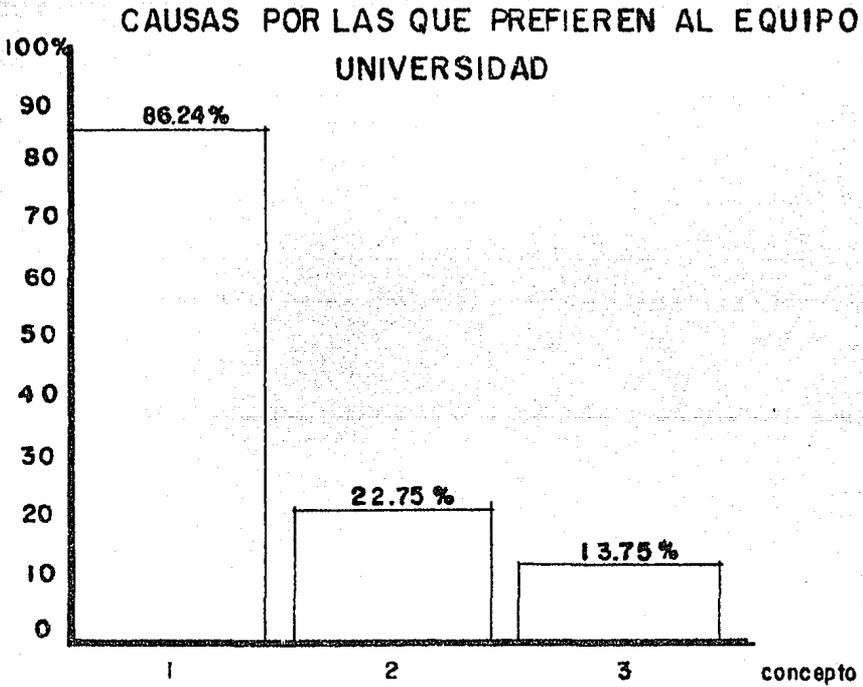
1- ASISTE 2 VECES AL MES

2- ASISTE MENOS DE 2 VECES AL MES

CAUSAS DE INASISTENCIA AL ESTADIO DE C.U

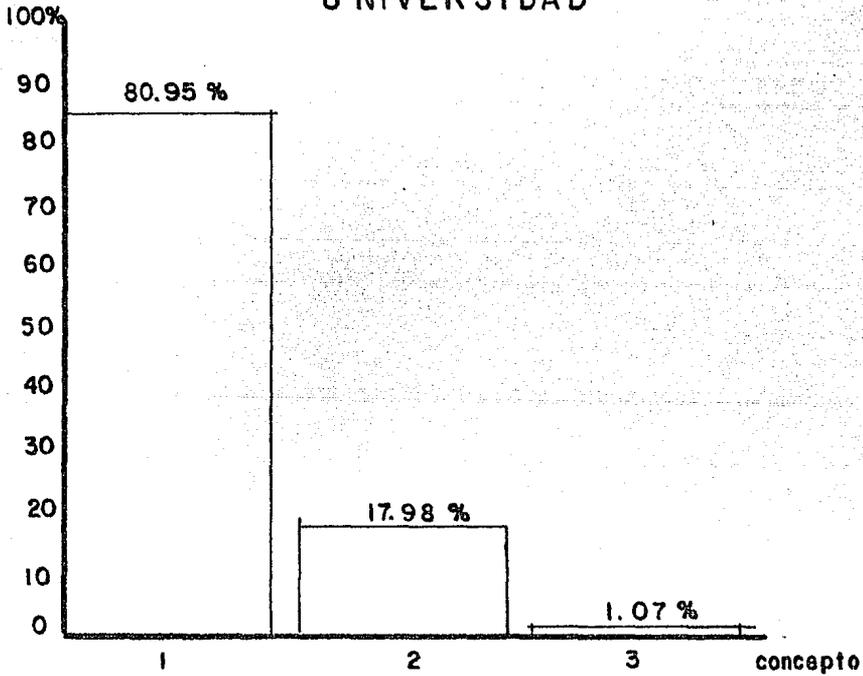


- 1- EL ESTADIO SE ENCUENTRA DISTANTE
- 2- LOS PARTIDOS SON A HORAS INADECUADAS
- 3- EL TRANSPORTE ES INADECUADO
- 4- OTROS



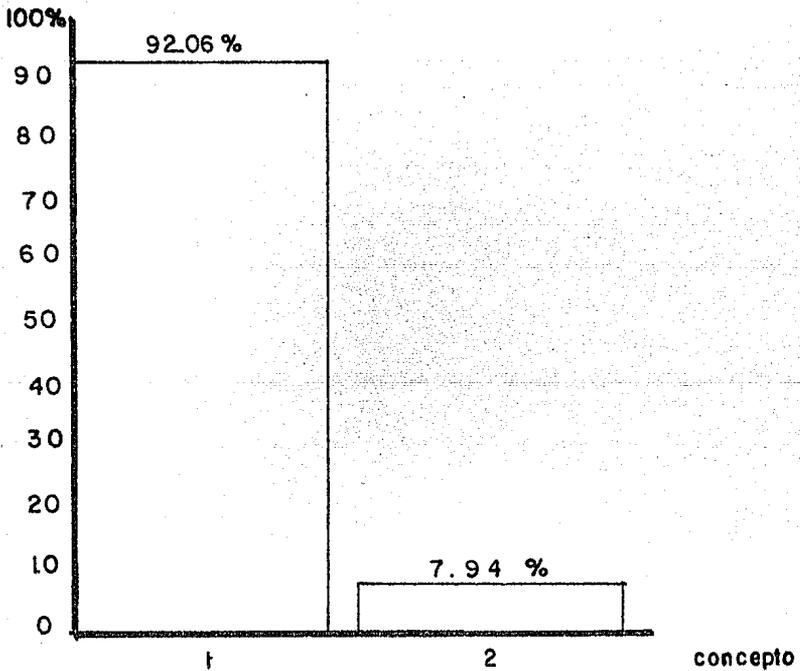
- 1.- LES GUSTA EL ESTILO DE JUEGO
- 2.- LES GUSTA EL UNIFORME
- 3.- LESGUSTA LA ORGANIZACION

ASPECTOS QUE NO GUSTAN DEL EQUIPO
U N I V E R S I D A D



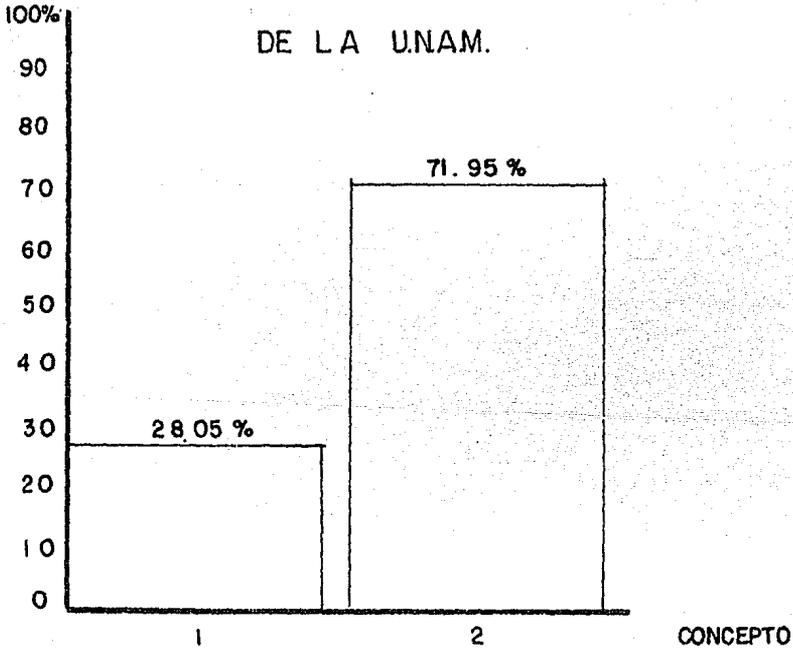
- 1- QUE NO SEAN PUROS JUGADORES UNIVERSITARIOS
- 2- EL DESORDEN QUE ORIGINA SU PORRA EN LOS PARTIDOS
- 3- OTROS

ORGANIZACION DEL CLUB UNIVERSIDAD



- 1.- NO CONOCEN LA ORGANIZACION DEL CLUB UNIVERSIDAD
2.- SI CONOCEN LA ORGANIZACION DEL CLUB UNIVERSIDAD

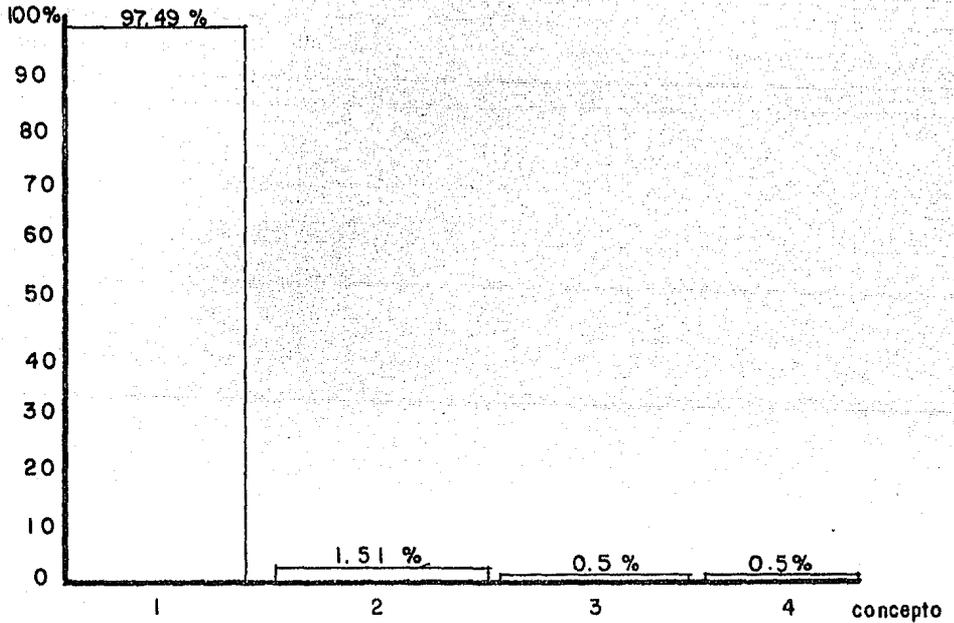
EL EQUIPO UNIVERSIDAD COMO REPRESENTANTE
DE LA U.NAM.



1.- SI REPRESENTA A LA U.NAM.

2.- NO REPRESENTA A LA U.NAM.

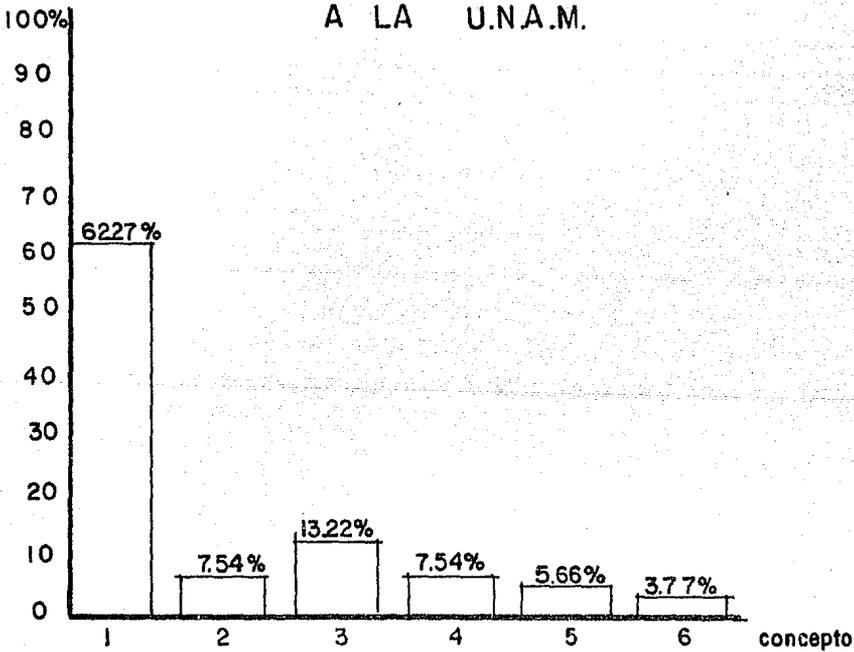
GRAFICA No 19



- 1- LOS JUGADORES QUE INTEGRAN EL EQUIPO NO SON UNIVERSITARIOS
- 2- ES SOLO UN EQUIPO MAS DE FUTBOL
- 3- ES UN EQUIPO NO PATROCINADO POR LA U.N.A.M.
- 4- SON PERSONAS AJENAS A LA U.N.A.M

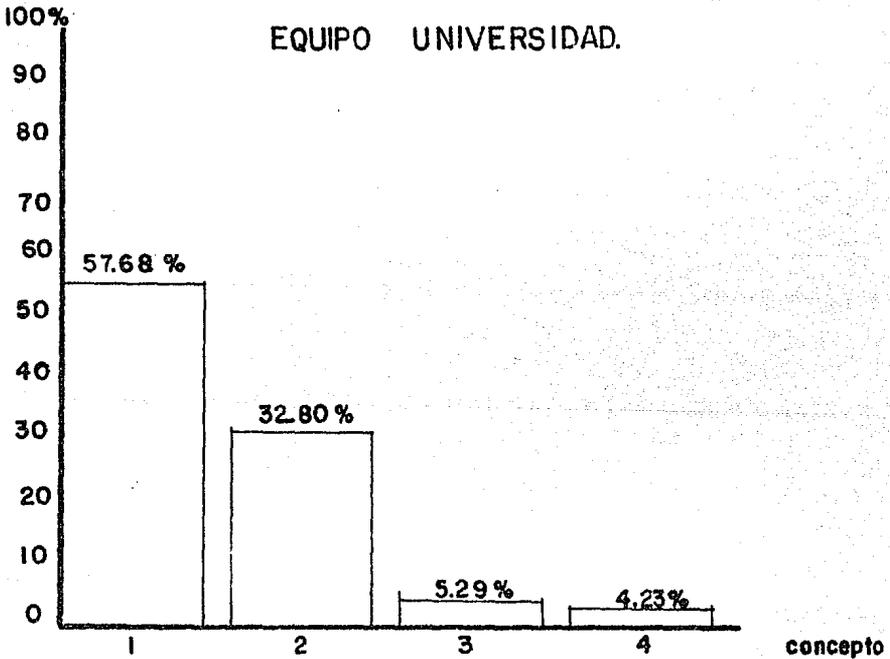
CAUSAS POR LAS QUE SI REPRESENTA

A LA U.N.A.M.



- 1.- SIN OPINION
- 2.- ES DE INICIATIVA UNIVERSITARIA.
- 3.- POR UTILIZAR EL NOMBRE DE LA UNAM.
- 4.- JUEGAN EN EL ALUMNOS Y EGRESADOS DE LA UNAM.
- 5.- ES PATROCINADO POR LA U.N.A.M
- 6.- EL ESTUDIANTADO VA A VER JUGAR AL EQUIPO

TIPO DE JUGADORES QUE DEBE CONTRATAR EL
EQUIPO UNIVERSIDAD.



1.- SIN OPINION

2.- JUGADORES UNIVERSITARIOS

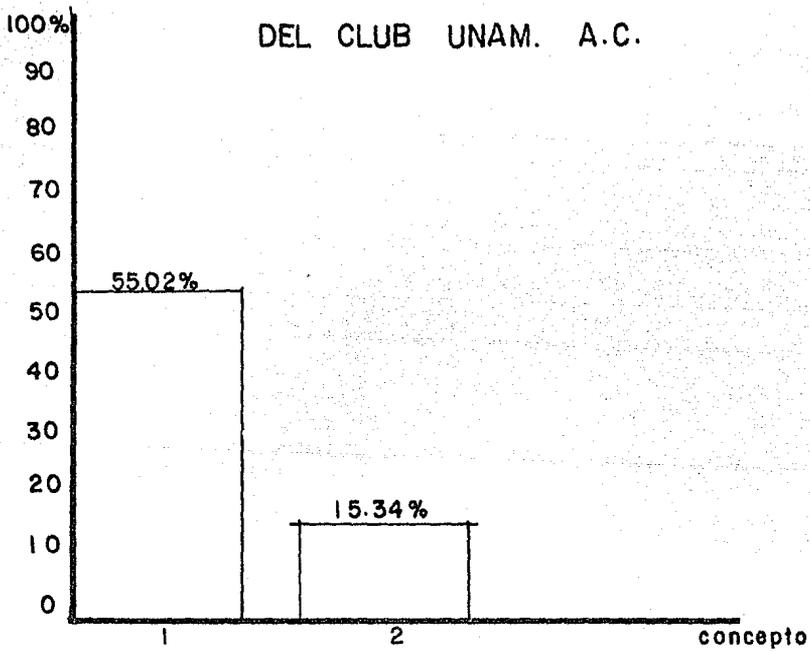
3.- JUGADORES MEXICANOS

4.- VERDADEROS JUGADORES PROFESIONALES

GRAFICA No 22

APROVECHAMIENTO DE LAS FUERZAS INFERIORES

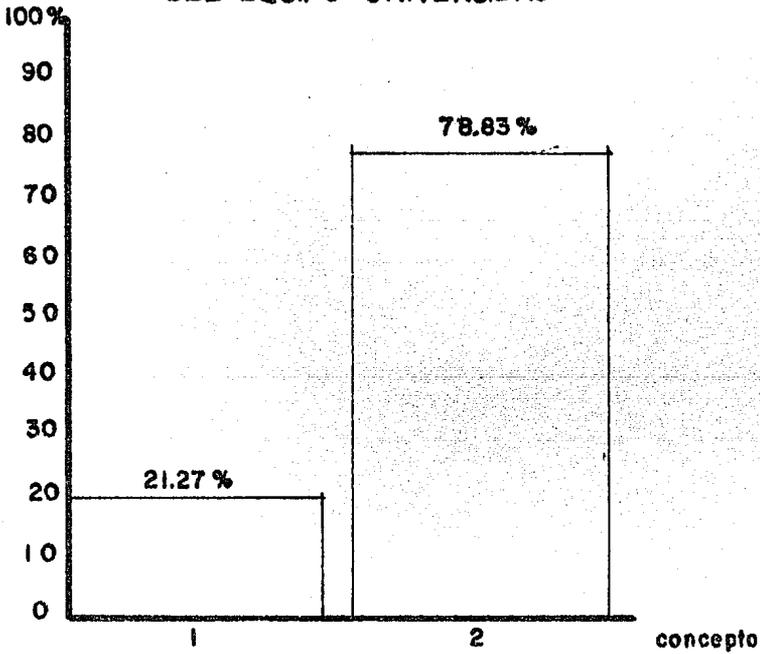
DEL CLUB UNAM. A.C.



1.- NO SON UTILIZADAS EN FORMA CORRECTA

2.- SI SON UTILIZADAS EN FORMA CORRECTA

CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES PROMOCIONALES
DEL EQUIPO UNIVERSIDAD



- 1- CONOCEN LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES DEL EQUIPO
2- DESCONOCEN LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES DEL EQUIPO.

COMENTARIOS DE LAS ENTREVISTAS A CRONISTAS ESPECIALIZADOS

Las entrevistas que se realizaron a cronistas y periodistas especializados en el aspecto futbolístico, resultaron de mucha valía, lograndose por medio de ellas, conclusiones que de otra manera no se hubieran podido obtener, ya que estas personas al tener un contacto directo con el ambiente, visualizan en forma real los problemas que aquejan al mismo, proponiendo a la vez una serie de posibles soluciones.

En primera instancia y ya comentado anteriormente, fué la opinión generalizada de la mala organización que tiene el futbol mexicano en todos sus niveles (Profesional y Amateur) tanto en el aspecto administrativo como en el deportivo, lo que impide una mayor agilidad en su desarrollo.

En la cuestión administrativa (también mencionado anteriormente) subrayan el hecho de que en el seno de la FEMEXFUT surgen un sinnúmero de intereses por parte de las personas que se encargan de su dirección.

También hacen la observación de la mala programación que hacen de las competencias que realizan, las cuales no permiten tener un reposo adecuado para los jugadores, ocasionando con ello, una saturación, que repercute necesariamente en la asistencia del público a los estadios, ya que se pierde todo el interés al disminuir el rendimiento de los ju-

gadores.

En el terreno amateur surgieron ciertas opiniones - en el aspecto de que no tiene el respaldo que requiere de los equipos profesionales, en la medida en que ha destacado, lo - cual consideran un error, ya que los jugadores que surgen en ese sector necesariamente pasan a engrosar el profesionalismo, por lo que se le debiera dar un mayor impulso al futbolista - amateur, aprovechando que al mismo tiempo se promueve al de-- porte.

Al preguntarseles la forma en que podrían colaborar para una mejor promoción y difusión del futbol, la mayor parte de las respuestas coincidió en que el estar pendientes de los acontecimientos futbolísticos y difundirlos a través de - los diferentes medios de información en que laboran, haciendo notar también que los equipos por iniciativa propia no hacen mucho uso de dichos medios pensando tal vez en los gastos que les ocasionaría ello.

Aún más, dichas personas profundizaron en temas tan interesantes como lo representa la idiosincracia, la manera - de ser y de pensar del mexicano en general y abvocandose al - ambiente deportivo, censuran la falta de iniciativa, el extranjerismo, la imitación, la agresividad, la falta de valores -- etc. de las gentes del medio en todos los niveles y que impi-

de asimismo, la evolución que debería haber tenido este deporte en México, ya que la gente que dice amar al fútbol, luchar por él, etc. solo lo hace por interés, por ambición, por poder, y por muchos otros conceptos totalmente fuera del deporte.

Así, lo primero que hay que cambiar, es la mentalidad de toda persona que ingresa al ambiente deportivo (dirigentes, jugadores, público, etc.) cuestión bastante difícil -- por cierto, sin embargo debe comenzarse por la raíz del problema.

Algunos periodistas coinciden en que los medios masivos de comunicación han sido utilizados en exceso y sin una moralidad sólida en el sentido de saturación de las transmisiones de los juegos y realización de programas de tipo deportivo que enajena hasta cierto punto al público, sobre todo al infantil.

El fútbol mexicano se ha estancado por falta de promoción, debido a que se ha encerrado en el país, le falta roce internacional, promover tanto a los equipos como a los jugadores en ese ámbito.

Relacionado con el equipo de fútbol Universidad, les parece a simple vista, que se trata de uno de los mejores, -- aunque adolece al igual que la mayoría de una mejor organiza-

ción que le permitiera ser un equipo "grande" en forma integral.

Para la promoción del equipo podrían utilizar en mayor cantidad y realidad el canal 13 y hacer presentaciones de los jugadores para que sean conocidos por el público y así -- crear una mejor imagen del equipo.

CAPITULO III

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez que se analizaron los resultados obtenidos a través de la investigación, procederemos a plasmar las impresiones que tenemos siguiendo el proceso de la investigación.

SOBRE EL FUTBOL EN GENERAL

En forma general, el futbol en México es un deporte que realmente genera una gran actividad desde todos los puntos de vista: económico, político, social, psicológico, etc. ya que forma parte de la manera de ser del mexicano, es una cosa intrínseca en él, y a su vez él, le da la importancia de vida, como dice el escritor Joaquín Antonio Peñalosa en su obra "Vida Pasión y Muerte del Mexicano".-"Futbol, tema que prende emoción y pasión, que da para veriguar de domingo a sábado, opio del pueblo, imantación de la fanaticada, que no ajusta con siete días de la semana para ponderar un gol y argumentar un corner. Antes se defendían los colores de la bandera, como ahora se defienden los colores de la camiseta".-

En el sentido práctico por otra parte, y siendo necesario conocer los aspectos administrativos del futbol mexicano estudiamos a la FEDERACION MEXICANA DE FUTBOL, A.C., órgano dirigente del futbol nacional, y las conclusiones son --

ANARQUISMO

Dentro de la organización se detectó cierto anarquismo en cuanto a la estructura que la configura ya que no se encuentra determinado ni gráfica ni prácticamente (aunque teóricamente exista en los estatutos) un organigrama que de a conocer con exactitud las líneas de autoridad y responsabilidad - establecidas, los puestos, las funciones específicas del personal, las necesidades de recursos humanos, la posible movilidad de dichos recursos, etc. lo que crea un ambiente de confusión en el cual los dirigentes son bien conocidos, pero los empleados se encuentran en ocasiones con problemas por ejemplo de no saber que hacer o como desarrollar su trabajo. Llegando al grado de que la comisión de prensa, propaganda y publicidad y la de Relaciones Públicas sean manejadas por un solo hombre que lógicamente no se da abasto para cubrir las necesidades de dichas comisiones.

Para esto estimamos que el organigrama estructurado por nosotros en el primer capítulo sería funcional para la federación aunque para corregir adecuadamente sus fallas administrativas sería necesario llevar a cabo un estudio (Auditoría Administrativa) mas profundo para reorganizarla.

las siguientes:

ORGANIZACION DEL FUTBOL

Existe cierta paridad entre los gentes que coinciden en que la organización del Fútbol en México es buena y ma la con la salvedad de que la mayoría que opina que está bien, no expone sus razones por las que opina así, en contrario a los que opinan que no, y que vertiremos en las siguientes incisos con nuestras propias apreciaciones a la vez.

INTERESES

Dentro de la organización existe una generación considerable de riqueza de dos tipos: Económica y de Poder, que hace que exista un movimiento muy fuerte por la dominación de dichos aspectos y aunque en ocasiones se hable de que los directivos llevan a cabo su labor por amor al deporte, dicho movimiento se fortifica incluso con las luchas por los puestos-claves en la organización. Este problema resulta muy difícil de resolver, ya que se trata de cuestiones estrictamente personales, sin embargo, resulta necesario que se den cuenta los dirigentes de ello y aporten sus mejores esfuerzos dejando a un lado intereses perjudiciales para el deporte.

SISTEMA CERRADO

Considerando que uno de sus principales cometidos - es la difusión del futbol, la FEMEXFUT no cumple como debiera, concretandose unicamente a dirigir las divisiones profesionales y medio dirigir las amateurs, sin buscar alguna innova---ción que permita algún encauzamiento de las juventudes hacia el deporte y cumplir así mismo con una función social que hace falta en nuestro país alejando a los jovenes del vicio y - demás males.

Así, creemos que deben partir iniciativas de la FEMEXFUT de modo que se convierta en un organismo al alcance de todos los interesados en el futbol y no solo del profesionalismo. Podrían surgir acciones de manera de que la FEMEXFUT oficialmente como Federación se presente a los campos deportivos, a los estadios, a los centros escolares y de trabajo aceptando sugerencias del público general y los lleve al cabo con el objeto de difundir realmente el deporte, haciendo promociones en dichos lugares.

PREPARACION

Quizá por falta de recursos(?) o de imaginación, la FEMEXFUT cuenta con algunas personas dentro de sus dirigentes que tal vez con buena voluntad pero sin preparación adecuada-

realizan labores incompletas que perjudican a la propia Federación.

Se recomienda que la Dirección de la FEMEXFUT sea encargada a personas bien capacitadas dentro del campo de la administración pero a la vez compenetradas en el campo de los deportes.

TIEMPO

Aunque existen algunos profesionistas y gente bien preparada dentro del organismo, no dedican su tiempo completo a las labores propias de su puesto, ocasionando la tardanza de tareas en perjuicio del fútbol en general.

PUBLICACIONES ATRASADAS

Las publicaciones internas como Los Estatutos de la Federación son ejemplares atrazados de 3 a 4 años que necesariamente deben ser actualizados con las reformas que ineludiblemente existen en el presente.

FALTA DE APOYO AL SECTOR AMATEUR

Este sector últimamente puesto de moda se encuentra hasta cierto punto rezagado en el seno de la federación, de la cual no recibe el apoyo que necesita para seguir siendo la

semilla del sector profesional como teóricamente lo representa.

CONTROL DEL SECTOR AMATEUR

A pesar de que sus estatutos lo especifican, la federación no ha podido controlar a la multitud de jugadores, - dirigentes y pseudo-dirigentes del futbol amateur en la república. Entre otras situaciones, debido a la política que se lleva a cabo internamente, que aunque trata de dirigir de la manera mas limpia y cordial, los intereses en juego mencionados, impiden que gentes con iniciativa y conocimientos realicen sus tareas hasta completarlas.

Aunque existen Asociaciones Estatales, que se supone deberían de ser los órganos de control de las entidades Federativas, no cumplen con su cometido. La Federación debería de controlar primeramente a dichas asociaciones para que estas a su vez lo hicieran con los elementos que están bajo su responsabilidad.

Es probable llevar a cabo un programa Nacional de Afiliación con ayuda del C.O.M. del I.N.D.E. etc. para la liga "piratas" y controlar mejor este sector. La utilidad de esto se traduce en un mejor conocimiento de los futbolistas - amateurs y mayor captación de recursos económicos y de consu-

midores (espectadores) y posibilidades de mayor desarrollo -- del producto (espectaculo futbolístico) sobre todo en el interior de la República.

DEPTO. DE ESTADISTICA.

Desde un punto de vista eminentemente práctico, observamos que la Federación posee un departamento de Estadística Deportiva que emite información adecuada y podría emitirla mejor si fuera lo suficientemente aprovechado por la misma Federación y aún por los equipos tanto profesionales como amateurs.

De este departamento surgen datos tales como: total de goles anotados, jugadores anotadores, autogoles y quien -- los anotó, resultados de cada uno de los equipos, alineaciones de los mismos, tiempo jugado por cada futbolista, total de faltas, amonestaciones, expulsados, árbitros sancionadores, calificaciones sobre la actuación de los árbitros, de los -- abanderados, de los jugadores, entrenadores, técnicos, etc.; -- datos que utilizados adecuadamente podrían dar por resultado una mayor eficiencia en la contratación de jugadores, mayor control sobre las actuaciones de los equipos, etc., en fin, estadísticas que podrían ser utilizadas por todos los equipos -- con los consiguientes beneficios.

Entre paréntesis, seríamos injustos si no menciónáramos que no todo es malo dentro de la Federación, ya que existen personas muy preparadas y con amplios conocimientos acerca del fútbol y que tratan de llevar a cabo los preceptos estatutarios de la misma.

PROGRAMACION DE COMPETENCIAS

Acto seguido, y basando nuestro comentario tanto en apreciaciones personales como del público y gente especializada, consideramos que la programación de los campeonatos de liga a la fecha, necesitan ser modificados, ya que son muy continuos, cosa que se justifica en el sentido de no mermar económicamente a los equipos al tenerlos en una actividad constante. Sin embargo, en los últimos tiempos se ha traducido en una saturación para el aficionado, lo cual hace que se aleje de los estadios.

Existen sugerencias para reducir el número de equipos participantes en la 1.ª división profesional o de conjuntar en grupos geográficos a los equipos con el objeto de tener tiempo libre para dar un descanso a los aficionados y a los jugadores, de preparar a la selección, reparar estadios y permitir también que los equipos en un momento dado concertaran partidos en el extranjero para promocionar nuestro fútbol.

También es aconsejable que los campeonatos que aquí en México se realizan, fueran celebrados a la par con los de Europa y coincidir en los periodos de receso.

PROMOCION

En este punto coincidimos con uno de los cronistas-deportivos, el cual nos indicó que "El futbol mexicano se ha estancado por falta de promoción debido a que se ha encerrado en el país, le falta roce internacional, para que los equipos y jugadores adquieran experiencias en ese ámbito".

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

Se ha concluido que los medios masivos de comunicación como periódicos, radio y sobre todo la Televisión, difunden adecuadamente el futbol en tiempo de transmisión, es decir que comercialmente es apropiado, aunque algunos críticos consideran que las transmisiones son en exceso y enajenan al público y además impiden la asistencia de aficionados a los estadios debido a la comodidad de ver y escuchar los partidos por esos medios.

Sobre lo anterior, hemos concluido que al aficionado nacional le gusta el futbol pero no le gusta ir al estadio, prefiere verlo por T.V.. Sin embargo, analizando los espectá-

culos deportivos de otros países, como por ejemplo el beisbol y el futbol americano en E.E.U.U., en donde la transmisión de ellos es a nivel nacional, aún así se llenan los estadios a su máxima capacidad, en contraposición con el futbol de aquí, que en ocasiones no se ha transmitido y ni aún así la gente acude al estadio, consideramos que el problema es de espectáculo en sí, ya que aunque se mencionan problemas tales como la lejanía del estadio, transportes, etc. la calidad de los juegos que se presentan es la más de las veces mediocre, provocando la inasistencia del aficionado.

CONCLUSIONES GENERALES SOBRE EL CLUB DE FUTBOL UNIVERSIDAD

Un equipo de futbol en la la. División Profesional, representante de algún organismo o institución, y dada la importancia que tiene actualmente este deporte en nuestro país, resulta una proyección de gran valía para ellos, por lo cual deberán esmerarse al presentarlo al público.

Por otra parte y desde el punto de vista eminentemente comercial, actualmente el futbol genera movimientos económicos en grado tal, que no es posible concebirlo como un pasatiempo más, sino como un verdadero negocio.

En vista de lo anterior, surgió en nosotros la inquietud de investigar si el Club Universidad cumple con las dos premisas citadas en bien propio y de la Universidad Nacional Autónoma de México como institución, y si no, que podría hacerse para que las cumpliera.

En la actualidad, el Club Universidad ocupa un plano destacado en el futbol nacional, se perfila como un ejemplo de organización, con éxitos deportivos, instalaciones adecuadas, etc., sin embargo en escencia, padece de algunas fallas que enunciaremos en seguida:

OBJETIVOS

Iniciamos nuestras conclusiones analizando los obje

tivos del club:

Consideramos que en forma total, solo se ha alcanzado el éxito deportivo, con la conquista del campeonato de liga de la 1.ª división profesional en la temporada 1976-77; en parte el objetivo social inicial, así como el institucional.

Si bien es cierto que el equipo es triunfador a últimas fechas, se encuentra tan desligado de la UNAM, que consideramos no la representa en una forma real. Se reafirma lo anterior con nuestra hipótesis acerca de que el estudiante universitario no se identifica con el equipo de fútbol.

De los objetivos actuales, el económico no se ha cumplido, pues según informes, el equipo reporta pérdidas; la deteriorada imagen del estudiante, tampoco ha podido ser borrada ni aún dentro de los seguidores del equipo, resultando en ocasiones, contrarios a los deseos del mismo los hechos desagradables que se suscitan dentro del estadio.

Acercas del 3er. objetivo institucional, se está tratando de cumplirlo, y aunque todavía no se logra en el porcentaje deseado, se avanza al contratar de vez en cuando a personal universitario, aunque se trate principalmente del administrativo.

ESTRUCTURA INTERNA

a). ORGANIGRAMA.- Este punto solo lo mencionamos --

ahora, pero preferimos comentarlo al último con el objeto de tratarlo en forma adecuada.

b). RELACIONES HUMANAS.-- Este aspecto tan importante dentro del equipo, es deficiente, a pesar de los esfuerzos de los directivos no se ha logrado estabilizarlas surgiendo en ocasiones molestias entre jugadores, directivos y entre sí; por lo que deben establecerse normas para mejorar este aspecto y lograr una mejor conjunción entre dirigentes y jugadores.

c). TIEMPO DE LABORES.-- Lo mismo que en la FEMEXFUT, las personas que dirigen al equipo, no dedican su tiempo completo a su labor, lo que impide una atención adecuada al equipo; y aunado ésto, al hecho de que la dirección se encuentra al cargo casi enteramente de 3 personas (Presidente, Subdirector y Gerente de Operación) dan como resultado una subadministración, por lo que se propone una dedicación íntegra de tiempo por parte de las personas encargadas de dirigirlo, (Organigrama).

d). CUERPO TECNICO.-- El cúmulo de decisiones con respecto al aspecto deportivo, se encuentran centralizadas en el director técnico del equipo, lo que consideramos inadecuado, proponiendo una distribución de labores la cual quedo integrada al organigrama propuesto.

e). FOGUEO Y GIRAS INTERNACIONALES.-- En este aspec-

to consideramos se encuentra sujeto al calendario de juegos - establecido con anterioridad para los equipos de la la. división profesional de futbol, el cual no permite desarrollar -- programas de giras nacionales y extranjeras, por lo que debe proponer un ajuste a los calendarios de juego y así poder satisfacer esa necesidad.

INVESTIGACION DE MERCADO

Confirmando nuestra hipótesis, el equipo Universidad, no es muy popular dentro del público en general, y lo -- más importante, el estudiante universitario no se identifica con él y en general no lo considera representativo de la UNAM como institución. Estas dos situaciones serían modificables mediante un proceso que permita capturar el mercado cautivo -- que debe representar el estudiantado y que actualmente solo -- muestra indiferencia hacia el equipo.

Concretamente, pero en forma general, comentaremos algunas actividades que consideramos pueden ayudar a lograr -- lo anterior, sin olvidar la parte dedicada al organigrama, en la cual plasmaremos proposiciones de organización y promoción que complementaran a las sugeridas a continuación:

Inicialmente consideramos que el club debería tener su sede en la propia UNAM, dar a conocer más su organización al público, tratar de hacerse cada vez más de jugadores mexicanos y de ser posible de jugadores extraídos de la Universidad, tratar de mantener el sitio deportivo que tiene en base a buenas actuaciones y logrando un estilo propio para el equipo; asimismo debiera seguir tratando de eliminar la llamada -- "Porra" ya que perjudica la imagen del equipo y del estudiante mismo.

También consideramos necesario que brinde un buen espectáculo para que con ello se incremente la asistencia al estadio y queden así nulificadas las afirmaciones de los aficionados en cuanto a la justificación de su inasistencia que las más de las veces son las siguientes: está muy lejos el estadio, no hay transporte, el horario de juego es inadecuado, etc.

El uniforme, el logotipo y los colores que utiliza el equipo son del agrado de la mayoría del estudiantado, lo cual puede ser utilizado para la promoción del equipo en la impresión de "Souvenirs".

El radio y la televisión pueden resultar de mucha ayuda para el equipo, utilizandolos en forma más continua en aspectos publicitarios y de promoción. Lo anterior es porque la mayoría de personas que se entrevistaron en la encuesta levantada dijeron ver los partidos de futbol por T.V.

Otra situación importante, la representa el hecho de que para promover al equipo es conveniente que en ocasiones realice sus entrenamientos en diferentes centros deportivos, con la finalidad de que el público los conozca mejor y atraer se así más adeptos.

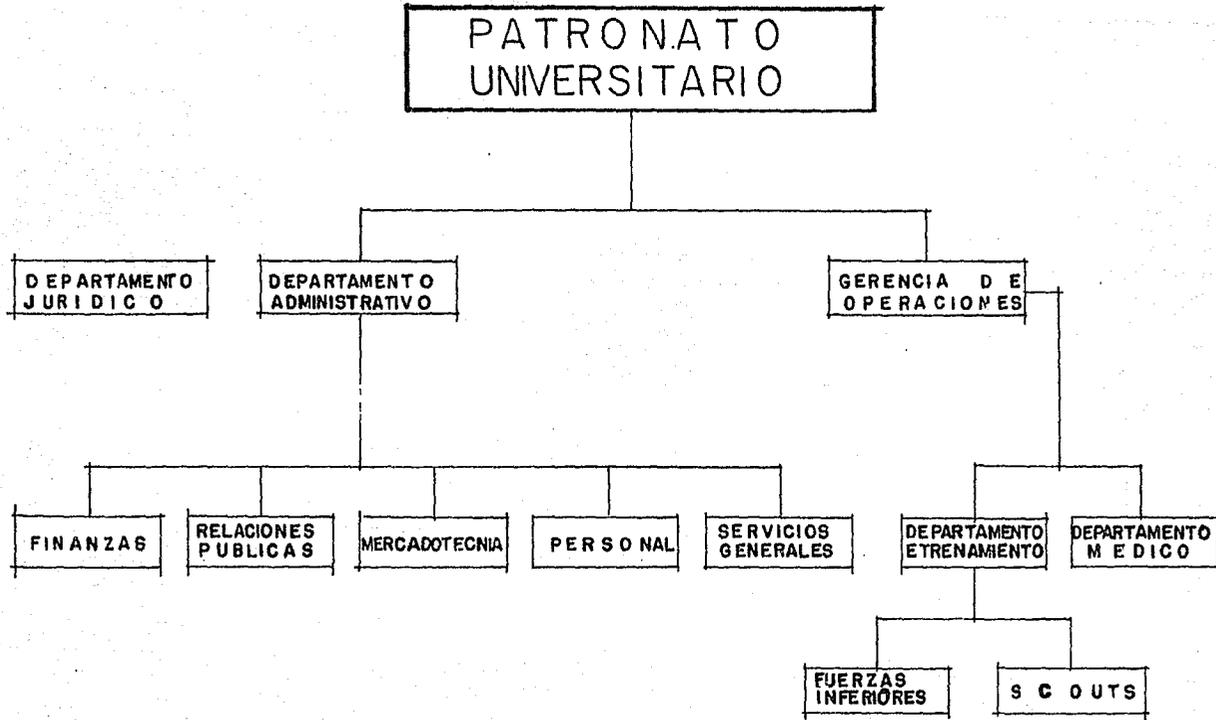
Para surtir sus fuerzas inferiores también es conveniente que realice "campos de prueba" a la vez que sirve de -

promoción a bajo costo.

El aspecto PROMOCIONES, tan importante para el equipo, está sumamente descuidado, ya que de acuerdo a las observaciones realizadas existen solo unas cuantas actividades de este tipo: reducciones de precio de entrada, espectáculos de medio tiempo, premiaciones a niños de sus fuerzas inferiores, regalo de balones y banderines y algunas otras. Sin embargo no son permanentes estas promociones además de que no se evalúan para saber los alcances de las mismas.

En base a todo lo anterior y recordando que el problema estudiado se compone de organización y espectáculo, sugerimos a continuación el organigrama que consideramos adecuado para cumplir con los objetivos del club y a la vez desarrollar sus funciones administrativas de una manera más científica, dejando a un lado el empirismo y la confusión detectada al principio de la investigación.

ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA EL CLUB DE FUTBOL UNIVERSIDAD A.C.



DESCRIPCION DEL ORGANIGRAMA

PATRONATO.- Integrado por administradores profesionales, dependiente de la UNAM, con la función de tomar decisiones básicas o trascendentales.

DIRECCION ADMINISTRATIVA.- A cargo de un administrador de empresas, cuya función sería coordinar las actividades del departamento de Finanzas, el de Relaciones Públicas, MERCADOTECNIA, el de Personal y los Servicios Generales, a la vez de -- efectuar la delimitación de autoridad y responsabilidad en el club.

JURIDICO.- Se encargaría de los asuntos legales de la institución y del asesoramiento legal a la Dirección Administrativa. Se encontraría a nivel Staff.

GERENCIA DE OPERACION.- A cargo de una persona que conozca a fondo la organización deportiva de la institución. Se encargaría de la coordinación del Departamento de Entrenamiento y del Departamento Médico.

DEPARTAMENTO DE FINANZAS.- A cargo de un Contador Público cuya función sería la consecución y administración de los recursos económicos y la elaboración de los diferentes estados financieros.

DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS.- A cargo de un administrador de empresas, responsable de la oficina de prensa, además de la creación y realización de actividades extras encaminadas a fomentar las relaciones humanas dentro del equipo y proyectarlas hacia el exterior del mismo.

DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA.- A cargo de un administrador especializado en mercadotecnia. Su función sería la elaboración de los diferentes programas e investigaciones de mercado. También estaría a cargo de las oficinas de Promoción y Publicidad.

DEPARTAMENTO DE PERSONAL.- A cargo de un Lic. en Relaciones Industriales, encargado del reclutamiento, selección y adiestramiento de personal.

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES.- A cargo de un jefe de mantenimiento, encargado del almacén y archivo y del mantenimiento en general. Su dependencia sería directa de la Dirección Administrativa.

DEPARTAMENTO DE ENTRENAMIENTOS.- A cargo de un director técnico que junto con un entrenador y un preparador físico se harían responsables de la preparación de los futbolistas y de la elaboración de métodos y técnicas de juego, así como de su

implantación. También estarían a su cargo las Fuerzas Inferiores, la Escuela de Fútbol y los Scoutts. (Personas dedicadas a la localización y observación de jugadores prospecto).

DEPARTAMENTO MEDICO.- A cargo de un especialista en Medicina Deportiva, al cuidado de la salud de los jugadores y de la elaboración de los programas de acondicionamiento físico de los jugadores. Lo anterior en coordinación con el Departamento de Entrenamientos.

SUGERENCIA DE ALGUNAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES

Algunas actividades inmediatas a mejorar de acuerdo a las necesidades detectadas en el Club de Futbol Universidad serían:

1.- En el departamento de Relaciones Públicas y en coordinación con otros departamentos implicados, surgiría la iniciativa de crear un programa de giras a nivel nacional e internacional, las cuales tendrían los objetivos siguientes:-
Deportivos.- Adquirir experiencia técnica y deportiva al entrar en contacto con equipos que sean superiores.

Sociales.- Difusión del futbol mexicano.

Científico.- Se crearían oportunidades de investigación ya que al conocer diferentes mercados, se adquirirían nuevos conocimientos sobre promoción y publicidad deportiva, organización, técnicas de juego y entrenamientos, medicina deportiva, etc.

2.- En el departamento de Relaciones Públicas se investigaría constantemente las actividades más adecuadas a las necesidades del equipo, para el incremento de las relaciones humanas entre los miembros de la organización, se crearía un lugar expofeso para la realización de actividades sociales entre los miembros del Club y sus familias, como son: reunio-

nes, fiestas, juegos de mesa, etc. y cualquier otra actividad encaminada a fomentar las interrelaciones fuera del horario de trabajo, dando con las causas de la apatía mostrada por la gente y corrigiéndolas.

3.- Se crearían de inmediato, basadas en investigaciones adecuadas, las promociones del equipo, tales como: presentaciones personales de los jugadores en diferentes centros comerciales regalando o vendiendo souvenirs y dando autógrafos, realización de entrenamientos en diferentes centros deportivos permitiendo la asistencia del público a dichos entrenamientos. Presentaciones en diferentes centros escolares, regalando productos de los distintos patrocinadores, previamente elegidos, y los cuales siempre tendrían alguna relación con la educación en general. Presentaciones en los medios de comunicación masiva, promoviendo campañas de servicio social, tales como: campañas sanitarias, educativas, turísticas, de asistencia, médicas, etc.

4.- Otra forma de promoción sería seleccionando a los jugadores prospecto que hay dentro de la comunidad universitaria mediante campos de prueba y por medio de los Scouts y otros tipos similares de organizaciones sociales encaminadas a las tareas sociales de los niños y jóvenes.

Así, al haber concluido este breve estudio, esperamos contribuir aunque sea en pequeñísima parte a que el deporte futbolístico en general y el equipo Universidad muy particularmente, se proyecten en el ámbito nacional de manera adecuada, con el objeto de comercializarlos y cumplir con la función social que el deporte lleva intrinsecamente y la Universidad Nacional como institución presente una imagen de esfuerzo y trabajo por medio de su equipo deportivo.