

# Tabla de contenido

Presentación .....	13
<b>CAPÍTULO 1</b> Patrocinio deportivo.....	15
<b>1. Guía para el diseño del plan de patrocinio deportivo</b> .....	17
1.1 Análisis interno .....	19
1.2 Análisis externo .....	32
1.2.1 Identificación y selección de potenciales patrocinadores.....	33
1.2.2 Evaluación de la convergencia de marca.....	38
1.3 Formulación de la estrategia de patrocinio .....	46
1.3.1 Categorías de los patrocinadores .....	46
1.4 Objetivos de patrocinio .....	46
1.5 Sponsoring Mix: plan de activación .....	47
1.5.1 Oferta de patrocinio.....	47
1.5.2 Actividades de patrocinio deportivo.....	49
1.5.3 Presupuesto.....	51
1.5.4 Evaluación del proceso de patrocinio.....	52
<b>CAPÍTULO 2</b> Mercadeo deportivo .....	67
<b>2. Guía para el diseño e implementación de estrategias de mercadeo para el desarrollo de las organizaciones deportivas públicas y privadas en Colombia</b> .....	68
2.1 Modelo metodológico .....	73
2.2 Diagnóstico interno.....	74
2.2.1 Reseña histórica de la organización .....	76
2.2.2 Estructura corporativa: .....	76
2.2.3 Estructura organizacional .....	77

2.2.4 Evaluación de monitores (promotores o instructores de deporte y recreación) (solo para el ente territorial-público).....	77
2.2.5 Programa actual de recreación, deporte o actividad física del Instituto o Secretaría, Escuela Deportiva, Club o Liga (servicios).....	77
2.2.6 Promoción y fomento .....	77
2.2.7 Calidad del servicio .....	77
2.2.8 Matriz causa-efecto (cuadro resumen diagnóstico interno) .....	89
2.3 Diagnóstico externo .....	91
2.3.1 Caracterización de la población según el estrato socio-económico del municipio (ente público) o segmentación de sus clientes (ente privado).....	91
2.3.2 Evaluación de satisfacción y conocimiento de los servicios por parte de los usuarios o clientes actuales de los programas de recreación, deporte y/o actividad física de la organización .....	91
2.3.3 Evaluación y conocimiento de los servicios de los no usuarios o clientes potenciales de las organizaciones deportivas.....	92
2.3.4 Análisis comparativo de otros referentes .....	93
2.4 Propuestas estratégicas .....	99
2.4.1 Mejora al programa de recreación, deporte y actividad física .....	99
2.4.2 Propuesta perfil del monitor o promotor de deporte y recreación (organizaciones públicas) .....	100
2.4.3 Programa de promoción y fomento de los servicios (comunicación) para las organizaciones públicas .....	102
2.4.4 Estrategias de comunicación .....	105
ANEXOS .....	115