



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DEL  
CLUB DEPORTIVO DE VIÑA DEL MAR DE DEPORTE ADAPTADO:  
UN ANÁLISIS PARA LA GENERACIÓN DE RECURSOS**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTOR**  
**CATALINA IGNACIA OLGUIN TRUYOL**

**PROFESOR GUÍA**  
**CARLOS SOTO**  
**PROFESOR CORREFERENTE**  
**LAUTARO GUERRA**  
**MACARENA GATICA**

**VALPARAÍSO, DICIEMBRE 2024**

## Contenido

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Agradecimientos.....                                                                                        | 5  |
| 1. Introducción.....                                                                                        | 6  |
| 2. Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado.....                                     | 7  |
| 2.1. Desarrollo del Fútbol Paralímpico en Chile.....                                                        | 8  |
| 2.2. Clubes Reconocidos y No Federados en Chile.....                                                        | 8  |
| 3. El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado.....                                               | 9  |
| 3.1. Misión del Club.....                                                                                   | 9  |
| 3.2. Metodología del Club.....                                                                              | 9  |
| 3.3. Compromiso con la Comunidad.....                                                                       | 10 |
| 4. Antecedentes Financieros del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado....                      | 11 |
| 4.1. Fuentes de Financiamiento.....                                                                         | 11 |
| 4.2. Gastos y Costos Operativos.....                                                                        | 11 |
| 4.3. Desafíos Financieros.....                                                                              | 12 |
| 5. Planteamiento de la Problemática.....                                                                    | 13 |
| 6. Objetivos.....                                                                                           | 14 |
| 6.1. Objetivo General.....                                                                                  | 14 |
| 6.2. Objetivos Específicos.....                                                                             | 14 |
| 7. Marco Teórico.....                                                                                       | 15 |
| 7.1. Definición de Sostenibilidad en Organizaciones Deportivas Adaptadas.....                               | 15 |
| 7.2. Definición de Recaudación de Fondos en el Deporte Adaptado.....                                        | 15 |
| 7.2.1. Modelos de Recaudación de Fondos.....                                                                | 15 |
| 7.2.2. Mejores Prácticas en la Recaudación de Fondos.....                                                   | 16 |
| 7.3. Definición de Sponsors.....                                                                            | 17 |
| 7.3.1. Identificación de Sponsors.....                                                                      | 17 |
| 7.4. Definición de Colaboraciones Estratégicas.....                                                         | 17 |
| 7.4.1. Colaboración Estratégica en el Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado.....  | 18 |
| 7.5. Definición de Participación Comunitaria.....                                                           | 18 |
| 7.5.1. Participación Comunitaria en el Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado..... | 18 |
| 8. Análisis de Procesos Eficientes de Recaudación de Fondos.....                                            | 19 |
| 8.1. Modelos Eficientes de Recaudación de Fondos.....                                                       | 19 |

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 8.2. Mejores Prácticas en Recaudación de Fondos .....                                                  | 20 |
| 8.3. Ejemplos de Modelos Exitosos en Chile .....                                                       | 21 |
| 8.4. Ejemplos de Modelos Exitosos en el Extranjero .....                                               | 23 |
| 9. Esfuerzos necesarios de los Métodos de Recaudación de Fondos .....                                  | 24 |
| 9.1. Fundraising Directo o Cara a Cara.....                                                            | 24 |
| 9.2. Eventos de Recaudación .....                                                                      | 25 |
| 9.3. Donaciones Online y Crowdfunding .....                                                            | 26 |
| 9.4. Financiamiento Institucional.....                                                                 | 28 |
| 10. Potencial Ingreso de los Métodos de Recaudación de Fondos .....                                    | 29 |
| 10.1 Fundraising Directo o Cara a Cara.....                                                            | 29 |
| 10.2 Eventos de Recaudación .....                                                                      | 29 |
| 10.3 Donaciones Online y Crowdfunding .....                                                            | 29 |
| 10.4 Financiamiento Institucional.....                                                                 | 30 |
| 11. Análisis de Ingreso en Relación con la Inversión Inicial en Métodos de Recaudación de Fondos ..... | 30 |
| 12. Planificación a un Año para el Club de Deporte Adaptado .....                                      | 31 |
| 13. Conclusión del Análisis de Procesos Eficientes de Recaudación de Fondos .....                      | 32 |
| 14. Identificación y Evaluación de Posibles Sponsors .....                                             | 38 |
| 14.1. Qué es el Patrocinio Deportivo .....                                                             | 38 |
| 14.2 Identificación de Sponsors Potenciales.....                                                       | 38 |
| 14.3 Evaluación de Alineación con los Valores del Club .....                                           | 40 |
| 15. Sponsors y su Aporte al Club .....                                                                 | 41 |
| 16. Esfuerzos necesarios para conseguir Patrocinio al Club .....                                       | 42 |
| 16.1 Estudio de Mercado de Posibles Sponsors.....                                                      | 46 |
| 16.2 Análisis de Aporte de Posibles Sponsors .....                                                     | 47 |
| 16.3 Comparación de Gastos y Aportes de Sponsors .....                                                 | 50 |
| 17. Planificación a un Año para el Club de Deporte Adaptado .....                                      | 52 |
| 18. Desarrollo Plan Piloto de Patrocinio – Club Deportivo Adaptado .....                               | 53 |
| 19. Conclusión Identificación y Evaluación de Posibles Sponsors .....                                  | 56 |
| 20. Identificación y Evaluación de Posibles Alianzas Estratégicas.....                                 | 57 |
| 20.1 Alianza Estratégica Deportiva.....                                                                | 57 |
| 20.2 Identificación de Alianzas Estratégicas Potenciales .....                                         | 57 |
| 20.3 Evaluación de Alineación con los Valores del Club .....                                           | 58 |

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 21. Alianzas Estratégicas y sus aportes al Club.....                                         | 60 |
| 22. Esfuerzos necesarios para conseguir Alianzas Estratégicas para el Club.....              | 60 |
| 22.1 Estudio de Mercado de posibles Alianzas Estratégicas .....                              | 65 |
| 22.2 Análisis de Aporte de Posibles Alianzas Estratégicas.....                               | 67 |
| 22.3 Conclusión Comparativa de Gastos y Aportes de Alianzas Estratégicas.....                | 71 |
| 23. Planificación a un año para el Establecimiento de Alianzas Estratégicos .....            | 73 |
| 24. Desarrollo Plan Piloto de Alianza Estratégica - Club de Deporte Adaptado.....            | 74 |
| 25. Conclusión de Identificación y Evaluación de Posibles Alianzas Estratégicas.....         | 78 |
| 26. Análisis de la Participación Comunitaria.....                                            | 79 |
| 26.1 Definición de Participación Comunitaria.....                                            | 79 |
| 27. Nivel Actual de Participación Comunitaria en el Club.....                                | 79 |
| 27.1. Identificación de Barreras para la Participación .....                                 | 80 |
| 27.2. Oportunidades para Aumentar la Participación .....                                     | 81 |
| 28. Propuestas de Estrategias para Fortalecer el Compromiso Comunitario .....                | 81 |
| 29. Planificación a un Año para implementar Estrategias de Compromiso Comunitario ....       | 83 |
| 30. Evaluación del Impacto de la Participación Comunitaria.....                              | 84 |
| 31. Conclusión de Análisis de la Participación Comunitaria.....                              | 85 |
| 32. Recomendaciones Finales para el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado ..... | 87 |
| 33. Conclusiones.....                                                                        | 89 |
| Anexos .....                                                                                 | 91 |
| Referencias .....                                                                            | 93 |

## Agradecimientos

A lo largo del desarrollo de esta tesis, he recibido el apoyo, la guía y la inspiración de muchas personas, a quienes deseo expresar mi más profundo agradecimiento.

En primer lugar, a mi familia, mi mayor motor durante estos años de estudio. A mi mamá, por su constante interés en mi progreso personal, entregándome su amor siempre cuando puede; a mi papá, por demostrarme su orgullo y amor en cada paso del camino; a mi hermano, que, aunque no suele expresar sus emociones, siempre sabía cuándo aparecer para compartir un momento juntos y distraerme en los momentos más necesarios. Y, por último, a mi fiel compañero, mi dokito, que, con su amor incondicional y su compañía en mis largas noches de estudio, me brindó la tranquilidad y el cariño perruno que tanto necesitaba. Sin su apoyo diario, no habría llegado hasta aquí.

A mis amigas de siempre: Camila, Fabiola, María Paz, Catalina, Myriam y Cristóbal. Gracias por acompañarme en las buenas y en las malas, por alentarme cuando lo necesitaba y por sus consejos durante mi etapa universitaria. Elegí a los mejores amigos del colegio para compartir este camino y, aunque no lo culminemos juntos, siempre serán una parte fundamental de esta experiencia.

A mis compañeros de universidad: Romyna, Dafne, Mirta, Clemente y Ociel. Gracias por soportar mi entusiasmo (y mi voz chillona) en clase, por las risas en cualquier rincón del campus, por los almuerzos compartidos, las interminables jornadas de estudio y los mil trabajos realizados en equipo. Siempre agradeceré haber formado parte de este grupo, que, en mis momentos de duda sobre mi vocación, me brindó palabras de ánimo que me recordaron que era capaz de lograrlo.

Quiero dedicar un agradecimiento especial a Anais, quien, desde que nos conocimos en clases online durante el primer año, no nos hemos separado desde entonces, y ahora, en nuestro quinto año, puedo decir que no podría haber elegido a una mejor persona para que se sentara conmigo en todas las clases. Gracias por tu paciencia, por soportarme, y por regalarme la mejor amistad que he tenido.

También quiero agradecer a mis animes favoritos, que, en los momentos más difíciles, me ofrecieron una vía de escape de la realidad y frases llenas de inspiración en el momento adecuado. Como dice Naruto: "Jamás retrocederé a mi palabra, este es mi camino ninja".

A mis profesores, Lautaro Guerra y Carlos Soto: Profesor Lautaro, gracias por enseñarme que soñar no es imposible y ayudarme a elegir mi vocación por lo social. Profesor Carlos, gracias por su paciencia y disposición durante estos meses de trabajo en la tesis.

Finalmente, al Club Deportivo y especialmente a Marco, cuyo apoyo fue clave para que esta tesis tuviera un inicio y un final. Sin su colaboración, este proyecto no habría sido posible.

A todos ustedes, y a mi abuela que me guía del cielo, mi más sincero agradecimiento.

## **1. Introducción**

En las últimas décadas, el deporte adaptado ha ganado un reconocimiento creciente a nivel mundial, no solo como una herramienta para la inclusión social de personas en situación de discapacidad, sino también como un medio para promover la igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida de sus participantes. El deporte adaptado se refiere a aquellas modalidades deportivas que se adecuan a las necesidades de las personas en situación de discapacidad, ajustando reglas o implementos para su desarrollo, así como aquellos deportes diseñados específicamente para este grupo, con el fin de permitirles su práctica sin perder la esencia misma del deporte.

En Chile, el desarrollo del deporte adaptado ha estado respaldado por una serie de leyes que buscan garantizar los derechos de las personas en situación de discapacidad. La promulgación de leyes como la Ley del Deporte N°19.712 en 2001 y la Ley de Inclusión Social N°20.422 en 2010 ha sido fundamental para promover la igualdad de oportunidades y la inclusión social. En 2016, la Ley N°20.978 incorporó formalmente el deporte adaptado y paralímpico en la legislación chilena, creando un marco institucional que facilita su desarrollo. Estas leyes incluyen artículos que ofrecen beneficios específicos a los deportistas de deporte adaptado, reconociendo sus derechos a acceder al deporte y estableciendo mecanismos para su apoyo y desarrollo. Por ejemplo, la Ley N°20.422 asegura la igualdad de oportunidades para personas en situación de discapacidad, incluyendo su derecho a participar en actividades deportivas. La Ley N°20.978, por su parte, establece el reconocimiento oficial del deporte adaptado y paralímpico, creando entidades como el Comité Paralímpico de Chile, las cuales promueven el acceso a becas y otros beneficios para deportistas de alto rendimiento en estas disciplinas.

Estas disposiciones legales no solo legitiman y promueven la inclusión de personas en situación de discapacidad en el ámbito deportivo, sino que también proporcionan una base sólida para la creación de políticas públicas que apoyen el desarrollo del deporte adaptado. La existencia de un marco legislativo de apoyo facilita la justificación de solicitudes de financiamiento y patrocinio, esenciales para mantener la operativa de clubes como el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado y asegurar que sus servicios sean accesibles y de alta calidad.

En este contexto, el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado ha surgido como un actor clave en la promoción de actividades deportivas para personas en situación de discapacidad en la región de Valparaíso. Sin embargo, al igual que muchas organizaciones sin fines de lucro, enfrenta desafíos significativos para mantener su operación debido a la dependencia de fuentes de financiamiento inestables y limitadas. La sostenibilidad financiera se ha convertido en un tema crítico para la supervivencia y el crecimiento de estas organizaciones, ya que la capacidad de generar recursos de manera sostenible garantiza la continuidad de sus programas y actividades, así como la expansión de sus servicios y la mejora continua de su calidad.

Asegurar una base financiera sólida permitirá al Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado continuar proporcionando oportunidades deportivas de calidad para personas en situación de discapacidad, contribuyendo de manera significativa a la inclusión social y al bienestar de esta comunidad en la región de Valparaíso.

## **2. Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

El Comité Paralímpico Internacional (IPC, por sus siglas en inglés), establecido en 1989, es la principal organización que gobierna el movimiento paralímpico a nivel global. Su misión es liderar este movimiento, supervisar la realización de los Juegos Paralímpicos y apoyar a sus miembros para que los atletas paralímpicos alcancen la excelencia deportiva. El IPC también se encarga de establecer regulaciones, normas y estándares para diversas disciplinas paralímpicas, incluyendo el fútbol adaptado, asegurando la equidad y competencia justa en estas actividades deportivas.

Dentro de este marco internacional, el fútbol paralímpico ha encontrado apoyo en organizaciones como la Federación Internacional de Deportes para Personas con Parálisis Cerebral (CPISRA) y la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA). Estas entidades trabajan en conjunto para crear un marco regulador que facilite el crecimiento y reconocimiento del fútbol paralímpico como un deporte de alto nivel competitivo, proporcionando directrices claras y fomentando la inclusividad.

## **2.1. Desarrollo del Fútbol Paralímpico en Chile**

En Chile, el desarrollo del fútbol paralímpico ha sido significativo, en gran medida gracias al trabajo del Comité Paralímpico de Chile (COPACHI). COPACHI desempeña un papel esencial en la promoción del deporte adaptado, asegurando que las personas con discapacidad tengan acceso a oportunidades deportivas que fomenten su inclusión social y mejoren su calidad de vida. La misión de COPACHI es impulsar el desarrollo del deporte paralímpico en Chile y brindar las mejores condiciones de preparación para que los atletas nacionales representen al país en competencias de alto rendimiento.

La Federación de Fútbol Paralímpico 7 de Chile, una organización clave en este esfuerzo, es responsable de la promoción, organización y regulación del fútbol 7 para personas con parálisis cerebral en el país. A través de esta federación, se implementan programas de entrenamiento y se organizan competencias locales, además de fomentar la participación de los atletas chilenos en torneos internacionales, asegurando que se mantengan los estándares establecidos por el IPC y otras entidades internacionales.

## **2.2. Clubes Reconocidos y No Federados en Chile**

Dentro del país, existen varios clubes reconocidos formalmente por la Federación Chilena de Fútbol 7 Paralímpico y activos ante el Ministerio del Deporte de Chile. Estos clubes incluyen:

- I. Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado
- II. Instituto Nacional de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda (Santiago, Chile)
- III. Movimiento de Deporte Inclusivo (Santiago, Chile)

Estos clubes están formalmente constituidos y se benefician de la estructura y el apoyo institucional para fomentar el deporte adaptado. Además de estos, hay otros clubes que, aunque no están federados, también imparten fútbol 7 paralímpico. Estos incluyen:

- I. Teletón Santiago
- II. Teletón Talca
- III. Teletón Concepción
- IV. Teletón Puerto Montt
- V. Club los Lobos del Bosque

## VI. Deportes Temuco

Estos clubes desempeñan un papel vital en la promoción del deporte adaptado a nivel local y regional, proporcionando oportunidades de entrenamiento y competición para personas en situación de discapacidad, aunque no cuenten con el reconocimiento oficial de la federación.

### **3. El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado es una organización comprometida con la promoción del deporte entre personas en situación de discapacidad en la Región de Valparaíso. Fundado el día 26 de abril del año 2019, con personalidad jurídica vigente bajo los estatutos del Ministerio del Deporte, su directiva está compuesta en su totalidad por deportistas en situación de discapacidad, lo que subraya su enfoque inclusivo y representativo.

El club se distingue por ser el único en la Región de Valparaíso que ofrece fútbol adaptado de manera gratuita, permanente, y con una proyección hacia el deporte competitivo paralímpico. Este compromiso no solo facilita el acceso al deporte para personas en situación de discapacidad, sino que también fomenta su inclusión social y desarrollo personal.

#### **3.1. Misión del Club**

La misión del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado es proporcionar oportunidades inclusivas y accesibles para que personas en situación de discapacidad puedan disfrutar del deporte y alcanzar su máximo potencial. El club cree firmemente en el poder del deporte como herramienta para mejorar la calidad de vida y fomentar la inclusión social.

#### **3.2. Metodología del Club**

El club opera bajo tres pilares fundamentales que guían su enfoque y actividades:

- I. Propiciar un ambiente garante de derechos bajo el principio de Igualdad y No Discriminación: El club promueve el deporte adaptado como una herramienta eficaz para la inclusión social de personas en situación de discapacidad. Esto implica

garantizar un entorno donde los derechos de los deportistas sean respetados y valorados, eliminando cualquier forma de discriminación.

- II. Experiencia de aprendizaje que estimule el desarrollo de patrones motores básicos y específicos del fútbol: La metodología del club incluye el uso de facilitadores ambientales específicos adaptados a las necesidades individuales de cada deportista. Estos facilitadores se diseñan basándose en un análisis detallado, empleando el esquema de la Clasificación Internacional de la Funcionalidad, asegurando que cada atleta pueda desarrollar sus habilidades deportivas de manera efectiva.
- III. Empoderamiento de los deportistas: Se alienta a los deportistas a asumir responsabilidades colectivas e individuales, con el objetivo de alcanzar metas comunes. Además, se destaca la importancia de la calidad de los deportistas, no solo por sus habilidades, sino también por sus derechos y capacidades como individuos. Este enfoque empoderado fomenta un sentido de pertenencia y motivación entre los atletas.

### **3.3. Compromiso con la Comunidad**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado no solo se enfoca en la práctica deportiva, sino también en el impacto positivo que puede generar en la comunidad. A través de sus programas, busca aumentar la conciencia sobre la importancia del deporte adaptado y fomentar un entorno más inclusivo en la sociedad.

Su compromiso con la gratuidad y accesibilidad de sus programas asegura que cualquier persona en situación de discapacidad, independientemente de su situación económica y rango de edad, pueda participar y beneficiarse de las oportunidades deportivas que ofrece.

## **4. Antecedentes Financieros del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

### **4.1. Fuentes de Financiamiento**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado obtiene sus recursos de diversas fuentes, cada una contribuyendo de manera distinta al financiamiento de sus operaciones y actividades. Estas fuentes incluyen:

- I. Cuotas de Socios: El club cuenta con 42 socios, la mayoría de los cuales son jugadores del club. De estos, 15 están inactivos y no aportan económicamente. Los 27 socios activos contribuyen con una cuota mensual de \$500. Esta cuota se solicita en su totalidad al inicio del año, cubriendo los 12 meses. Algunos socios tienen cuotas pendientes, lo que puede afectar la estabilidad financiera del club.
- II. Aporte de la Universidad de Viña del Mar: El club recibe un aporte mensual de \$160.000 por parte de la Universidad de Viña del Mar. Este monto se destina al pago del entrenador paralímpico Marco Otaiza, quien además de ser docente en la universidad, aporta su labor al club.
- III. Patrocinadores y Alianza Estratégicas: El club recibe apoyos variables de varios patrocinadores y alianzas, entre ellos: Instituto Neuro Sports, Universidad Viña del Mar, Escuadrón Pillan de la Fuerza Aérea de Chile, Aquadanoi y Jarkev. La mayoría son emprendimientos vinculados a los jugadores del club, y sus aportes varían en función de las necesidades del club.

### **4.2. Gastos y Costos Operativos**

Los principales gastos del club varían según sus necesidades específicas, estas incluyen:

- I. Implementos Deportivos: Los costos relacionados con la compra y mantenimiento de implementos deportivos son significativos. Por ejemplo, en el mes de junio del año 2024, el club gastó en implementos deportivos lo siguiente:
  - a. 3 bolsos para balones: \$48.000

- b. 2 bolsos deportivos: \$60.000
- c. 40 conos: \$25.000
- d. 4 conos delimitadores: \$22.000
- e. 15 balones N°5: \$289.500
- f. Decathlon: \$155.000

En el mes de julio del año 2024, los gastos en implementos y otros conceptos fueron:

- a. Guantes porteros: \$299.940
  - b. Cinturón de resistencia: \$112.800
- II. Costos de Competencias: El club debe cubrir gastos asociados con el traslado, alojamiento, comidas y, a veces, inscripciones en competencias, lo que añade una carga financiera adicional.
- III. Arriendo de Canchas: Aunque la Universidad de Viña del Mar ofrece canchas de forma gratuita en ocasiones, actualmente el club paga mensualmente el arriendo de canchas en Gómez Carreño, lo que representa un costo mensual de \$160.000-.
- IV. Honorarios para Kinesiólogos: En el mes de julio, el club incurrió en gastos por honorarios de kinesiólogos que realizaron sesiones de apoyo al equipo. Los costos fueron de \$100.000 por 5 sesiones y \$80.000 por 4 sesiones, sumando un total de \$180.000 en honorarios por el apoyo kinesiológico. Este tipo de gasto es recurrente para los deportistas del club, ya que se requiere regularmente para mantener el bienestar físico y optimizar el rendimiento del equipo, siendo el mes de julio un ejemplo representativo de esta necesidad constante.

### **4.3. Desafíos Financieros**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado enfrenta varios desafíos financieros:

- I. Dependencia de Ingresos Variables: La dependencia de aportes variables de patrocinadores y cuotas de socios con pagos pendientes genera incertidumbre en el flujo de ingresos. La capacidad del club para cubrir sus gastos operativos de manera consistente se ve afectada por esta variabilidad.

- II. Costos Elevados: Los gastos recurrentes en implementos deportivos, arriendo de canchas y costos asociados con competencias representan una carga financiera significativa. A pesar de los ingresos provenientes de socios, patrocinadores y la universidad, el club enfrenta dificultades para cubrir todos sus gastos de manera estable.
- III. Sostenibilidad Financiera: La sostenibilidad financiera del club es crucial para mantener sus operaciones y continuar ofreciendo oportunidades inclusivas y de calidad para personas con discapacidad. La falta de fuentes de financiamiento estables y la necesidad de cubrir costos crecientes destacan la importancia de desarrollar estrategias efectivas para asegurar la continuidad del club.

## **5. Planteamiento de la Problemática**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado enfrenta una serie de desafíos cruciales que amenazan su sostenibilidad y continuidad a largo plazo. La estructura financiera actual del club se basa en varias fuentes de financiamiento que resultan insuficientes para cubrir los costos operativos y recurrentes necesarios para su funcionamiento óptimo. En primer lugar, las cuotas de los socios, que se fijan en \$500 mensuales y se deben pagar en su totalidad a principio de año, enfrentan problemas de morosidad y falta de regularidad en los pagos, lo que genera incertidumbre financiera. Además, el club recibe un aporte fijo mensual de \$160.000 de la Universidad de Viña del Mar, que en realidad corresponde a un convenio marco en el cual se paga al entrenador por su labor como docente, y no específicamente para el desarrollo del club. Esta cantidad es insuficiente para cubrir los gastos operativos, que incluyen el arriendo de canchas, la compra de implementos deportivos y los honorarios de los kinesiólogos que apoyan al equipo. Por otro lado, el club depende de aportes variables de patrocinadores y sus alianzas estratégicas, como Instituto Neuro Sports, Universidad Viña del Mar, Escuadrón Pillán de la Fuerza Armada de Chile, Aquadanoi y Jarkev, que, aunque valiosos, son inciertos y fluctuantes, dificultando una planificación financiera estable.

El propósito de implementar estrategias financieras efectivas es garantizar que el club pueda cumplir con su misión de ofrecer oportunidades inclusivas para personas en situación de

discapacidad y asegurar su permanencia a largo plazo. Es imperativo diseñar una estrategia financiera que permita optimizar la gestión de los recursos, mejorar la captación de fondos y establecer un sistema de apoyo financiero sostenible que asegure el desarrollo continuo del fútbol adaptado y la inclusión social a través del deporte.

## **6. Objetivos**

### **6.1. Objetivo General**

Desarrollar estrategias de sostenibilidad financiera para el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado que permitan la generación de recursos suficientes para asegurar su continuidad.

### **6.2. Objetivos Específicos**

Se plantean los siguientes objetivos que aportan para lograr el objetivo final de obtener recursos y/o financiamiento externo:

- I. **Análisis de Procesos Eficientes de Recaudación de Fondos:** Evaluar diferentes modelos de recaudación de fondos, identificando las mejores prácticas para la creación de campañas efectivas que maximicen las donaciones recurrentes y eventuales de individuos e instituciones.
- II. **Identificación y Evaluación de Posibles Sponsors:** Realizar un estudio de mercado para identificar potenciales sponsors dentro de la industria deportiva y de la salud, evaluando su alineación con los valores del club y su capacidad para aportar recursos financieros o en especie.
- III. **Análisis de Colaboraciones Estratégicas:** Investigar y analizar posibles colaboraciones con otras organizaciones, universidades, y entidades gubernamentales que puedan aportar recursos, conocimiento o infraestructura, y evaluar cómo estas alianzas podrían fortalecer la sostenibilidad del club.

- IV. **Análisis de la Participación Comunitaria:** Realizar un estudio sobre el nivel actual de participación de la comunidad en las actividades del club, identificando barreras y oportunidades para aumentar la participación, y proponiendo estrategias para fortalecer el compromiso comunitario.

## **7. Marco Teórico**

### **7.1. Definición de Sostenibilidad en Organizaciones Deportivas Adaptadas**

Proyección del principio de estabilidad presupuestaria en el medio y largo plazo que supone la capacidad para financiar compromisos de gasto presentes y futuros dentro de los límites del déficit y deuda pública. Para las organizaciones deportivas adaptadas, esto es vital dado que frecuentemente enfrentan desafíos únicos, como la limitación de recursos y la dependencia de donaciones.

### **7.2. Definición de Recaudación de Fondos en el Deporte Adaptado**

La recaudación de fondos es la actividad de captación de recursos realizada por entidades sin ánimo de lucro, tales como ONG, fundaciones, asociaciones y agrupaciones, con el objetivo de financiar y sacar adelante sus proyectos y misiones. Estos recursos pueden ser de diversas índoles, dependiendo de las necesidades específicas de la organización y la situación en la que se encuentren. Los recursos captados incluyen no solo dinero, que suele ser el objetivo principal, sino también alimentos, medicinas, juguetes, ropa, y otros bienes materiales que puedan apoyar la causa de la organización. En el contexto de organizaciones deportivas y clubes de deporte adaptado, la recaudación de fondos es esencial para garantizar la continuidad de sus actividades, la expansión de su infraestructura y el acceso inclusivo a sus servicios.

#### **7.2.1. Modelos de Recaudación de Fondos**

Existen diversas técnicas de recaudación de fondos, cada una con sus propias características y ventajas, que se adaptan a diferentes contextos y necesidades. A continuación, se exploran

los principales tipos de recaudación de fondos utilizados por las organizaciones sin fines de lucro para movilizar recursos y apoyo en sus iniciativas.

- I. Recaudaciones Cara a Cara o Directas: Se refiere a los aportes financieros que las personas hacen directamente a la organización.
- II. Eventos: Permiten a las organizaciones recaudar fondos mientras aumentan la visibilidad y el compromiso con su causa. Además de los ingresos directos, estos eventos pueden atraer nuevos donantes y patrocinadores.
- III. Donaciones Online: Se refiere a una página o botón de donación en tu sitio web.
- IV. Patrocinios Corporativos: Las organizaciones pueden asociarse con empresas que deseen apoyar su causa. A cambio de su apoyo financiero o en especie, las empresas suelen recibir beneficios de marketing y publicidad, como visibilidad de su marca en eventos o materiales promocionales.
- V. Subvenciones y Ayudas: Las subvenciones son fondos que se solicitan a fundaciones, gobiernos y otras entidades que apoyan causas específicas. Obtener subvenciones generalmente implica presentar propuestas detalladas que demuestren cómo se utilizarán los fondos y cómo se alinean con los objetivos del otorgante.
- VI. Programas de Membresía: Las organizaciones pueden ofrecer programas de membresía donde los individuos contribuyen con una cuota regular a cambio de beneficios, como boletines informativos exclusivos, acceso a eventos especiales o descuentos en productos.

### **7.2.2. Mejores Prácticas en la Recaudación de Fondos**

Las mejores prácticas para maximizar la eficacia de la recaudación de fondos incluyen:

- I. Entender a los donantes: Al entender a tus donantes y lo que les importa, te conectas con ellos de una manera significativa y relevante.
- II. Segmentar a los donantes: Identificar y entender al público objetivo para personalizar las campañas de recaudación.

- III. Transparencia y rendición de cuentas: Mantener a los donantes informados sobre el uso de los fondos y los resultados alcanzados.

### **7.3. Definición de Sponsors**

Un sponsor es un patrocinador. Es una persona o una organización que patrocina, apoya o financia una actividad o proyecto, habitualmente con fines publicitarios. En el contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, los sponsors son esenciales para su sostenibilidad y crecimiento, ya que proporcionan recursos financieros y apoyo logístico, mejorando la infraestructura y el alcance del club. Además, estas relaciones de patrocinio permiten a los sponsors asociarse con una causa inclusiva y socialmente responsable, fortaleciendo su imagen y compromiso con la comunidad.

#### **7.3.1. Identificación de Sponsors**

Para identificar y evaluar sponsors potenciales, es crucial definir claramente los objetivos y el público objetivo del patrocinio. Luego las mejores prácticas para identificar Sponsors son:

- I. Investigar patrocinadores que comparten valores similares y que tengan influencia en tu nicho, utilizando herramientas como redes sociales, bases de datos y eventos de la industria.
- II. Evaluar su idoneidad en función de su alcance, relevancia y autenticidad, asegurándose de que aporten valor a la organización.
- III. Una vez identificados, contacta de manera profesional, presentando una propuesta clara y negociando los términos del acuerdo para crear beneficios mutuos.

### **7.4. Definición de Colaboraciones Estratégicas**

Las colaboraciones estratégicas son alianzas formadas entre organizaciones, empresas, o individuos con el objetivo de unir fuerzas para crear sinergias, compartir recursos y conocimientos, y lograr resultados que beneficien a todas las partes involucradas. Estas

colaboraciones permiten a las entidades asociadas aprovechar sus fortalezas complementarias para alcanzar metas comunes y maximizar su impacto en áreas específicas.

#### **7.4.1. Colaboración Estratégica en el Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

En el contexto del Club Viña del Mar de Deporte Adaptado, las colaboraciones estratégicas implican asociarse con universidades. Estas alianzas permiten al club acceder a conocimientos especializados, materiales y redes de contacto que fortalezcan sus programas. Al establecer estas colaboraciones, el club puede ampliar su alcance, mejorar la calidad de sus servicios y promover la inclusión y el acceso al deporte adaptado de manera más efectiva. Además, la colaboración con universidades puede tener un impacto significativo en la sostenibilidad del club, ya que puede facilitar el acceso a recursos adicionales, como financiamiento para proyectos específicos, y contribuir al desarrollo de estrategias innovadoras para la generación de ingresos. La integración de expertos académicos también puede ayudar en la creación de modelos de negocio más sólidos y sostenibles, asegurando así una mayor estabilidad financiera y operativa a largo plazo para el club.

### **7.5. Definición de Participación Comunitaria**

La participación comunitaria es el proceso social mediante el cual grupos específicos de población que comparten una necesidad, problema o interés común, y que viven en una misma comunidad, trabajan activamente para identificar estas necesidades o problemas, tomar decisiones sobre cómo abordarlos y establecer mecanismos para resolverlos. Este enfoque permite a los miembros de la comunidad colaborar y contribuir a la mejora de su entorno y de su calidad de vida, fomentando el compromiso y la acción colectiva.

#### **7.5.1. Participación Comunitaria en el Contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

En el contexto del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, la participación comunitaria implica que los miembros del club, sus familias y otros actores locales trabajen juntos para identificar las necesidades y desafíos específicos relacionados con el deporte adaptado. Este enfoque colaborativo no solo fortalece el sentido de pertenencia y

compromiso hacia el club, sino que también puede ser un catalizador para la sostenibilidad financiera a largo plazo.

## **8. Análisis de Procesos Eficientes de Recaudación de Fondos**

La sostenibilidad financiera es un desafío central para los clubes deportivos adaptados, como el Club Viña del Mar de Deporte Adaptado, que dependen de la recaudación de fondos para sostener sus programas. La correcta implementación de procesos eficientes de recaudación de fondos no solo permite asegurar la continuidad de las actividades deportivas, sino también expandir el impacto social de estos programas. En este análisis, se explorarán métodos tradicionales y modernos para recaudar fondos, aprovechando las mejores prácticas dentro del ámbito deportivo.

### **8.1. Modelos Eficientes de Recaudación de Fondos**

Los clubes deportivos sin fines de lucro, incluidos los dedicados al deporte adaptado, pueden aplicar diversas estrategias de recaudación que maximizan los ingresos y reducen costos:

- I. Fundraising Directo y/o Cara a Cara: Aunque este método ha sido tradicionalmente eficaz para ONGs, con el paso del tiempo ha perdido popularidad. La interacción personal puede generar empatía inmediata y comprometer a los donantes en el largo plazo. Sin embargo, según un análisis reciente de KANAGASABAI (2021), el fundraising cara a cara no es tan apreciado por los donantes más jóvenes, quienes prefieren medios digitales debido a la conveniencia y rapidez que ofrecen. A pesar de esto, sigue siendo útil para conectar con generaciones mayores, quienes tienden a ser los donantes más recurrentes.
- II. Eventos de Recaudación: Los eventos benéficos, como torneos o competencias deportivas, son herramientas clave para clubes adaptados. Estos eventos no solo generan ingresos por entradas, sino que también aumentan la visibilidad de la organización y refuerzan los lazos comunitarios. Los torneos de exhibición y

competiciones abiertas a la participación del público son especialmente efectivos en crear un sentido de comunidad y promover donaciones.

- III. Donaciones Online y Crowdfunding: Con el aumento de las plataformas de crowdfunding como GoFundMe o JustGiving, los clubes deportivos pueden captar pequeños donantes a través de campañas bien dirigidas. Esta estrategia es particularmente eficaz cuando se aprovechan las redes sociales y el storytelling para mostrar historias de impacto. Según Hommerová y Severová (2019), el crowdfunding permite una alta participación, aunque requiere claridad en la comunicación del destino de los fondos para mantener la confianza del donante.
- IV. Financiamiento Institucional: Este modelo consiste en postularse a programas y fondos públicos o privados destinados a apoyar actividades deportivas, especialmente aquellas relacionadas con la inclusión y la participación social. Estas fuentes institucionales no solo aportan financiamiento, sino que también alinean los proyectos del club con las prioridades gubernamentales de inclusión y desarrollo deportivo, lo que amplifica su impacto en la comunidad.

## **8.2. Mejores Prácticas en Recaudación de Fondos**

Basándonos en estudios como el de Kelley y KANAGASABAI, existen varias estrategias que las organizaciones deportivas adaptadas deben tener en cuenta para mejorar sus procesos de recaudación:

- I. Segmentación de Donantes: Para maximizar la eficacia de las campañas de recaudación de fondos, es fundamental segmentar a los donantes en función de varios criterios. Una de las estrategias más efectivas es el Principio Rosso LAI (Linkage, Ability, Interest), que ayuda a identificar y priorizar donantes potenciales. Este principio se centra en:
  - a. Vinculación (Linkage): El vínculo que el posible donante tiene con la organización, ya sea a través de una experiencia personal, una conexión emocional con la causa o una relación previa con la organización.

b. Capacidad (Ability): La capacidad económica del donante, es decir, identificar aquellos individuos o empresas que tienen los recursos para realizar donaciones significativas.

c. Interés (Interest): El nivel de interés del donante en la misión del club, que puede ser determinado por sus antecedentes, preocupaciones personales o su involucramiento previo en actividades relacionadas al deporte adaptado.

Al aplicar este principio, el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado puede segmentar a los donantes según estos tres criterios y diseñar estrategias de captación personalizadas para cada grupo, maximizando así el potencial de cada campaña de recaudación.

- II. Uso de Redes Sociales: La creación de campañas en redes sociales permite una conexión directa con audiencias amplias. Además, aumenta la transparencia, un valor esencial para captar donaciones de la Generación Z, que espera un alto nivel de responsabilidad social y ambiental por parte de las organizaciones.
- III. Transparencia con donantes: Es fundamental para generar confianza en los donantes y mantener relaciones duraderas. La transparencia no solo mejora la credibilidad, sino que también garantiza que los fondos se utilicen de manera eficiente y ética.

### **8.3. Ejemplos de Modelos Exitosos en Chile**

#### **I. Instituto Nacional de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda (INRPAC)**

El INRPAC se ha destacado en Chile como un centro clave en la rehabilitación de personas con discapacidad física, pero también ha desarrollado iniciativas efectivas de recaudación de fondos a lo largo de los años. Una de sus principales estrategias ha sido el uso de cooperación internacional, especialmente a través de acuerdos con Japón, como el proyecto con JICA (Agencia de Cooperación Internacional de Japón). Este proyecto no solo les permitió modernizar sus instalaciones y procesos, sino también desarrollar programas comunitarios de rehabilitación, lo que atrajo financiamiento a largo plazo. Además, el INRPAC ha diversificado sus fuentes de

ingresos mediante la participación en proyectos de investigación y desarrollo de tecnologías inclusivas, lo que ha generado fondos a través de donaciones y apoyos gubernamentales.

## II. Fundación Movimiento Deportivo Inclusión

La Fundación Movimiento Deportivo Inclusión ha utilizado la Ley de Donaciones Deportivas como una herramienta clave para captar financiamiento. Esta ley permite a empresas y personas naturales financiar actividades deportivas adaptadas y recibir beneficios fiscales. Este modelo es particularmente atractivo para empresas que buscan una deducción fiscal mientras apoyan iniciativas inclusivas y sociales. Además, la Fundación ha logrado visibilidad mediante la organización de eventos deportivos que atraen tanto a patrocinadores como a donantes individuales.

La Fundación Movimiento Deportivo Inclusión ha recurrido a fondos públicos como el Fondo Nacional de Proyectos Inclusivos (FONAPI), que financia proyectos para fomentar la inclusión de personas con discapacidad. A través de estos fondos, la FMDI ha organizado eventos deportivos inclusivos como fútbol, bochas y goalball, que no solo promueven la inclusión social, sino que también generan visibilidad y oportunidades para obtener financiamiento adicional de donantes y patrocinadores. Esta fundación también utiliza campañas de educación y promoción del deporte adaptado para captar fondos y apoyo.

## III. Crowdfunding y Plataformas de Financiación Colectiva

Un caso destacado es LetsFand, una plataforma chilena de crowdfunding creada para financiar a deportistas que necesitan apoyo económico para participar en competencias o mejorar sus entrenamientos. Esta plataforma ha sido utilizada por varios deportistas y equipos, como Las Diablas (Selección Chilena de Hockey) y atletas que buscan fondos para competencias internacionales. El modelo permite a cualquier persona hacer pequeñas o grandes donaciones, recibiendo a cambio recompensas simbólicas, creando un vínculo cercano entre donantes y proyectos.

Estos modelos de recaudación de fondos en Chile demuestran la importancia de diversificar las estrategias y aprovechar las oportunidades que ofrecen tanto los fondos públicos como las plataformas de financiación colectiva. La combinación de fondos gubernamentales, donaciones privadas y plataformas tecnológicas puede generar un impacto financiero sostenido en el deporte adaptado.

## **8.4. Ejemplos de Modelos Exitosos en el Extranjero**

### **I. BlazeSports**

BlazeSports, una organización de Estados Unidos destacada en deportes adaptados ha implementado varios eventos anuales para recaudar fondos de manera exitosa:

- a. Peachtree Paragames: Este evento multideportivo incluye competencias de natación, tiro con arco y atletismo, además de clínicas deportivas gratuitas. Es un ejemplo de cómo los eventos pueden combinar la competencia deportiva con la recaudación de fondos a través de entradas, donaciones y patrocinios corporativos.
- b. Run, Roll & Row 5K: Una carrera que permite la participación de personas con y sin discapacidad. Este evento inclusivo no solo recauda fondos, sino que también genera conciencia sobre el deporte adaptado.

BlazeSports también organiza galas benéficas como la Triumph of the Human Spirit Awards, donde homenajean a personas que han impactado en el deporte adaptado y recaudan fondos a través de donaciones y subastas.

### **II. Special Olympics Virginia**

Special Olympics Virginia utiliza una estrategia mixta para recaudar fondos, combinando eventos de recaudación de grandes dimensiones como el Law Enforcement Torch Run, que moviliza a fuerzas de seguridad para recaudar millones de dólares anualmente, con campañas de crowdfunding y asociaciones con empresas locales para ampliar su impacto.

Ambos ejemplos de modelos en el extranjero se basan en la creación de eventos deportivos de alto perfil y la colaboración con empresas y comunidades locales. Estos eventos no solo generan ingresos, sino que también visibilizan la misión de las organizaciones, lo que permite establecer relaciones a largo plazo con donantes y patrocinadores.

## 9. Esfuerzos necesarios de los Métodos de Recaudación de Fondos

### 9.1. Fundraising Directo o Cara a Cara

A continuación, se presenta una tabla con los costos y tiempo resumidos sobre los esfuerzos necesarios para realizar un fundraising directo, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| Aspecto                        | Costo Estimado        |
|--------------------------------|-----------------------|
| Personal (por captador)        | \$300.000 - \$500.000 |
| Materiales                     | \$100.000 - \$150.000 |
| Gastos adicionales             | \$50.000 - \$100.000  |
| Retención de captadores        | \$50.000 - \$100.000  |
| Caja inicial requerida mínima  | \$500.000             |
| Tiempo estimado para ejecución | 3 - 4 meses           |

*Fuente: Propia*

- I. Personal: Contratar captadores de fondos para realizar campañas presenciales implica un costo mensual de aproximadamente \$300.000 a \$500.000 por captador, dependiendo de su experiencia y de si emplea a tiempo completo o parcial. (Weinstein, 2013) Otra opción para reducir estos costos es contar con voluntarios con experiencia en captación de fondos, lo cual permite aprovechar su conocimiento sin incurrir en los gastos asociados a la contratación formal.
- II. Materiales: Folletos, camisetas identificativas y otros elementos promocionales pueden costar entre \$100.000 y \$150.000, dependiendo del tamaño de la campaña. (Weinstein, 2013)
- III. Gastos adicionales: Transporte y posibles permisos para operar en espacios públicos pueden requerir un presupuesto extra de \$50.000 a \$100.000. (Weinstein, 2013)

- IV. Retención de captadores: Retener a los captadores es otro factor clave de costo. Las organizaciones deben invertir en seguimiento continuo y sesiones de motivación para mantener al personal involucrado, con costos adicionales de \$50.000 a \$100.000. (Klein, 2016)
- a. Caja inicial requerida mínima: Aproximadamente \$500.000.
  - b. Tiempo estimado para ejecución: Este método podría implementarse en unos 3 a 4 meses una vez que se consiga la caja inicial. Este tiempo considera la contratación del personal, su formación y la ejecución inicial de la campaña. (Cabrera, 2014)
  - c. Actividades para obtener los fondos iniciales: Se puede comenzar con una campaña entre los socios actuales del club y la comunidad inmediata para reunir una parte del monto. Por otro lado, otra actividad es solicitar pequeñas donaciones a comercios locales, ofreciendo visibilidad en las campañas de recaudación. Por último, organizar actividades de bajo costo, como por ejemplo rifas, que generen ingresos mientras se difunde la misión del club.

## 9.2. Eventos de Recaudación

A continuación, se presenta una tabla con los costos y tiempo resumidos sobre los esfuerzos necesarios para realizar un evento de recaudación, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| Aspecto                        | Costo Estimado        |
|--------------------------------|-----------------------|
| Personal                       | \$300.000 - \$400.000 |
| Alquiler de instalaciones      | \$300.000 - \$500.000 |
| Equipo y logística             | \$200.000 - \$400.000 |
| Promoción y Marketing          | \$10.000 - \$200.000  |
| Otros gastos                   | \$100.000 - \$200.000 |
| Caja inicial requerida mínima  | \$1.000.000           |
| Tiempo estimado para ejecución | 6 - 8 meses           |

*Fuente: Propia*

- I. Personal: Los eventos requieren un equipo organizador dedicado para planificar, ejecutar y gestionar todos los aspectos del evento. Estos pueden cobrar entre \$300.000 y \$400.000. (Seiler, 2016) Otra opción para reducir estos costos es contar con

voluntarios con experiencia, lo cual permite aprovechar su conocimiento sin incurrir en los gastos asociados a la contratación formal.

- II. Alquiler de instalaciones: Un evento de mediana escala en una cancha o gimnasio puede costar alrededor de \$300.000 a \$500.000 por día. (Seiler, 2016)
- III. Equipo y logística: El alquiler de equipo de sonido, pantallas y seguridad cuesta aproximadamente de \$200.000 a \$400.000, según la complejidad del evento. (Seiler, 2016)
- IV. Promoción y Marketing: La publicidad, tanto digital como impresa, puede requerir entre \$10.000 a \$200.000. (Seiler, 2016)
- V. Otros gastos: Permisos municipales, seguros y catering pueden sumar otros \$100.000 a \$200.000. (Seiler, 2016)
  - a. Caja inicial requerida mínima: Aproximadamente \$1.000.000.
  - b. Tiempo estimado para ejecución: Una planificación completa para realizar esta actividad es de 6 a 8 meses una vez se consiga la caja inicial. Esto incluye la organización de la logística, la promoción y la ejecución del evento. (Bravo, 2015)
  - c. Actividades para obtener los fondos iniciales: Se puede realizar un acercamiento a empresas locales o nacionales interesadas en la responsabilidad social, ofreciendo su visibilidad. Por otro lado, organizar eventos pequeños como venta de comida o partidos de exhibición que atraigan a la comunidad mientras se promueve el evento más grande.

### **9.3. Donaciones Online y Crowdfunding**

A continuación, se presenta una tabla con los costos y tiempo resumidos sobre los esfuerzos necesarios para realizar un crowdfunding, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| Aspecto                                  | Costo Estimado                   |
|------------------------------------------|----------------------------------|
| Personal                                 | \$450.000 - \$600.000            |
| Creación de la campaña                   | \$100.000 - \$200.000            |
| Promoción Digital                        | \$100.000 - \$200.000            |
| Plataformas de crowdfunding              | 5% - 8% del total recaudado      |
| Caja inicial requerida mínima            | \$650.000 + porcentaje recaudado |
| Tiempo estimado requerido para ejecución | 2 - 4 meses                      |

*Fuente: Propia*

- I. Personal: La creación y gestión de una campaña de crowdfunding también requiere una cantidad considerable de tiempo y esfuerzo. Para gestionar una campaña efectiva, se requiere un encargado de marketing digital, cuyo salario mensual puede oscilar entre \$450.000 y \$600.000, dependiendo de la experiencia. (Klein, 2016) Otra opción para reducir estos costos es contar con voluntarios con experiencia en campañas de este formato, lo cual permite aprovechar su conocimiento sin incurrir en los gastos asociados a la contratación formal.
  
- II. Creación de la campaña: El diseño gráfico y la producción de videos para la campaña de crowdfunding pueden costar entre \$100.000 y \$200.000. (Steinberg, 2012)
  
- III. Promoción Digital: Para campañas en redes sociales, se suele invertir entre \$100.000 y \$200.000 en publicidad dirigida. (Steinberg, 2012)
  
- IV. Plataformas de crowdfunding: “LetsFand” cobra un porcentaje de las donaciones, generalmente entre el 5% y el 8% del total recaudado. (Steinberg, 2012)
  - a. Caja inicial requerida mínima: Aproximadamente \$650.000, más el porcentaje de la recaudación total.
  - b. Tiempo estimado requerido para ejecución: Este método se puede implementar en 2 a 4 meses una vez se consiga la caja inicial. Dependiendo del tiempo que se tome para crear el contenido, diseñar la estrategia de promoción y lanzar la campaña en redes sociales. (García-Rincón, 2020)

- c. Actividades para obtener los fondos iniciales: Se pueden realizar colaboraciones con influencers locales o pequeñas empresas que pueden ayudar a promocionar la campaña. Por otro lado, otro método es organizar eventos online con un costo de inscripción para financiar el lanzamiento de la campaña.

## 9.4. Financiamiento Institucional

A continuación, se presenta una tabla con los costos y tiempo resumidos sobre los esfuerzos necesarios para realizar un financiamiento institucional, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| Aspecto                                  | Costo Estimado        |
|------------------------------------------|-----------------------|
| Redacción del proyecto                   | \$100.000 - \$200.000 |
| Postulación y gestión                    | \$200.000 - \$400.000 |
| Caja inicial requerida mínima            | \$300.000             |
| Tiempo estimado requerido para ejecución | 6 - 12 meses          |

*Fuente: Propia*

- I. Redacción del proyecto: Aunque no suele implicar costos directos elevados, la preparación de un proyecto para fondos como FONDEPORTE puede requerir la contratación de un profesional con experiencia. Esto puede costar alrededor de \$100.000 a \$200.000. (Saber, 2017)
- II. Postulación y gestión: Aunque las postulaciones suelen ser gratuitas, los clubes podrían gastar entre \$200.000 y \$400.000 en asesoría legal y contable para asegurar que cumplan con los requisitos. (Saber, 2017)
  - a. Caja inicial requerida mínima: Aproximadamente \$300.000.
  - b. Tiempo estimado requerido para la ejecución: Los procesos de postulación y aprobación pueden tomar entre 6 y 12 meses, por lo que es importante planificar con anticipación. Esto incluye la redacción del proyecto, la presentación de la solicitud y el tiempo de evaluación por parte de las autoridades competentes. (Fundación Lealtad. 2017)
  - c. Actividades para obtener los fondos iniciales: Se puede explorar colaboraciones con universidades que puedan ayudar con la preparación de proyectos o incluso

financiar parcialmente las postulaciones. Por otro lado, algunas municipalidades ofrecen pequeños fondos o apoyos para proyectos locales, que podrían ayudar a financiar la postulación a fondos más grandes.

## **10. Potencial Ingreso de los Métodos de Recaudación de Fondos**

### **10.1 Fundraising Directo o Cara a Cara**

- I. Ingreso Potencial: Según estudios, este tipo de recaudación puede generar entre \$500.000 y \$1.500.000 mensuales, dependiendo de la cantidad de captadores y la eficacia de la campaña. Por ejemplo, un equipo de 5 captadores con buena captación puede lograr comprometer donantes recurrentes que aporten entre \$5.000 y \$10.000 al mes. Si logran entre 50 y 100 nuevos donantes por mes, podrían alcanzar un ingreso mensual de \$500.000 a \$1.000.000. (Weinstein, 2013)

### **10.2 Eventos de Recaudación**

- I. Ingreso Potencial: Dependiendo del tipo del evento, los ingresos pueden variar. Un torneo de fútbol o evento benéfico mediano puede generar entre \$1.500.000 y \$5.000.000, considerando entradas y donaciones. Por ejemplo, un torneo de exhibición con una entrada de \$5.000 por persona, asistencia de 200 personas y apoyo de comercio local podría recaudar alrededor de \$2.000.000 a \$3.500.000, dependiendo de los gastos. (Seiler, 2016)

### **10.3 Donaciones Online y Crowdfunding**

- I. Ingreso Potencial: Las campañas exitosas de crowdfunding suelen generar entre \$1.000.000 y \$3.000.000, dependiendo del alcance y la promoción. Por ejemplo, una campaña de crowdfunding bien diseñada, con videos y apoyo en redes sociales, podría atraer pequeñas donaciones de \$10.000 a \$50.000. Si se logra captar a 100 donantes con aportes promedios de \$20.000, se podría generar alrededor de \$2.000.000. (Steinberg, 2012)

## 10.4 Financiamiento Institucional

- I. Ingreso Potencial: Los fondos concursables como FONDEPORTE y FONAPI pueden otorgar financiamiento de \$5.000.000 a \$20.000.000 por proyecto aprobado, dependiendo de la magnitud y el impacto del proyecto. Por ejemplo, postular a estos fondos requiere tiempo, pero un proyecto bien formulado puede recibir financiamiento para cubrir costos operativos, comprar implementos y organizar eventos deportivos adaptados. (Fundación Lealtad, 2017).

## 11. Análisis de Ingreso en Relación con la Inversión Inicial en Métodos de Recaudación de Fondos

En este análisis, se comparan los ingresos potenciales con los costos iniciales de cada método de recaudación de fondos para obtener una estimación de la ganancia neta.

- I. Fundraising Directo o Cara a Cara
  - a. Caja inicial mínima: \$500.000.
  - b. Ingreso potencial: \$500.000 - \$1.500.000 mensual.
  - c. Ganancia neta estimada:
    - Mínima: \$0; si se generan \$500.000 en ingresos, la ganancia cubrirá solo la caja inicial.
    - Máximo: \$1.000.000, si se generan \$1.500.000 en ingresos.
- II. Eventos de Recaudación
  - a. Caja inicial mínima: \$1.000.000.
  - b. Ingreso potencial: \$1.500.000 - \$5.000.000 por evento.
  - c. Ganancia neta estimada
    - Mínima: \$500.000, si el evento genera \$1.500.000.
    - Máximo: \$4.000.000, si el evento genera \$5.000.000.
- III. Donaciones Online y Crowdfunding
  - a. Caja inicial mínima: \$650.000.

- b. Ingreso potencial: \$1.000.000 - \$3.000.000 por campaña.
- c. Ganancia neta estimada
  - Mínima: \$350.000, si se generan \$1.000.000.
  - Máximo: \$2.350.000, si se generan \$3.000.000.

#### IV. Financiamiento Institucional

- a. Caja inicial mínima: \$300.000
- b. Ingreso potencial: \$5.000.000 - \$20.000.000 por proyecto aprobado.
- c. Ganancia neta estimada
  - Mínima: \$4.700.000, si se obtiene el financiamiento más bajo de \$5.000.000.
  - Máximo: \$19.700.000, si se obtiene el financiamiento más alto de \$20.000.000.

El método de financiamiento institucional ofrece el mayor margen de ganancia neta, seguido por los eventos de recaudación y crowdfunding. El fundraising directo tiene un margen de ganancia más limitado, pero es una opción viable para obtener ingresos sostenidos.

## 12. Planificación a un Año para el Club de Deporte Adaptado

- I. Primeros 3 meses:
  - a. Realizar campaña de donaciones internas para recaudar fondos iniciales.
  - b. Aprovechar la red de socios del club, familiares y amigos de los deportistas.
- II. 4 a 6 meses:
  - a. Ejecutar un mini-evento benéfico, por ejemplo, venta de comida o rifas, que aporte a los fondos iniciales.
  - b. Comenzar campaña en redes sociales para generar visibilidad, promoviendo la causa del club y solicitando pequeñas donaciones.

III. 7 a 9 meses:

- a. Con los fondos iniciales recaudados, empezar a implementar el fundraising cara a cara o el crowdfunding.

IV. 10 a 12 meses:

- a. Con los fondos iniciales asegurados, postular a fondos concursables como FONDEPORTE o FONAPI para asegurar financiamiento a largo plazo.

La planificación a un año para la recaudación de fondos del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado está diseñada para asegurar una estrategia sostenible y escalonada, donde cada etapa permite obtener recursos que financien la siguiente. Durante los primeros 3 meses, el enfoque está en movilizar la red interna del club para conseguir fondos iniciales. En los meses 4 a 6, se complementa con actividades de bajo costo y la generación de visibilidad en redes sociales, mientras que entre los meses 7 a 9, con los fondos ya recaudados, se comienza a implementar estrategias más grandes como el fundraising cara a cara o crowdfunding. Finalmente, en los meses 10 a 12, la planificación culmina con la postulación a fondos concursables que aseguren el financiamiento a largo plazo. Este enfoque escalonado permite generar ingresos de manera progresiva y sostenible mientras se construye la base financiera para el futuro del club.

### **13. Conclusión del Análisis de Procesos Eficientes de Recaudación de Fondos**

De los modelos de financiamiento analizados, los Eventos de Recaudación, Crowdfunding y Financiamiento Institucional se presentan como las mejores opciones para el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado. Estos métodos no solo ofrecen una sólida base para la recaudación de fondos, sino que también permiten aumentar significativamente la visibilidad del club y su misión inclusiva.

El fundraising directo o cara a cara permite una comunicación directa, lo que facilita que los captadores expliquen en detalle la misión del club, sus necesidades y el impacto de su trabajo. Aunque este tipo de recaudación puede no ser tan atractiva para las generaciones más jóvenes, que suelen preferir métodos digitales, sigue siendo altamente efectivo para conectar

con generaciones mayores, quienes suelen ser donantes recurrentes y comprometidos. A pesar de que el análisis de ganancia neta muestra márgenes más limitados, la capacidad de generar relaciones duraderas con este grupo lo convierte en una estrategia valiosa y sostenible.

Los eventos de recaudación de fondos ofrecen una excelente oportunidad para generar ingresos mientras se aumenta la visibilidad del club y su causa. Este evento permite que el club involucre a la comunidad de manera directa, creando un entorno en el que los asistentes pueden experimentar de primera mano el impacto del deporte adaptado. Al organizar torneos, galas o competencias benéficas, no sólo se genera un ingreso inmediato a través de la venta de entradas o donaciones, sino que también se establece una conexión emocional con los participantes y asistentes. Los eventos permiten al club contar su historia y mostrar los logros de los deportistas, lo que crea un sentido de pertenencia y compromiso entre los asistentes. Al combinar entretenimiento y recaudación de fondos, esta estrategia se convierte en una herramienta poderosa para captar recursos de forma recurrente y fortalecer los lazos con la comunidad.

El crowdfunding proporciona una plataforma accesible y dinámica que permite involucrar a una amplia audiencia, incluyendo tanto a la comunidad local como a personas e instituciones de otras regiones e incluso del extranjero. Al utilizar plataformas de recaudación en línea, el club puede conectar directamente con simpatizantes, patrocinadores y posibles donantes, presentando su historia, logros y necesidades de manera efectiva. Esta modalidad permite contar historias personales y demostrar el impacto positivo que tiene el club en la vida de las personas con discapacidad, lo que puede generar un fuerte sentido de empatía y compromiso en los donantes. Además, al ser una estrategia que depende del apoyo colectivo, el crowdfunding tiene el potencial de viralizarse en redes sociales, atrayendo tanto microdonaciones como grandes aportes de manera orgánica, lo que lo convierte en una herramienta flexible y poderosa para generar recursos de manera sostenida.

Por otro lado, el Financiamiento Institucional presenta una gran oportunidad para involucrar al sector privado y atraer inversiones de empresas que buscan obtener beneficios fiscales mientras apoyan causas sociales importantes. Esta ley otorga a los donantes una exención tributaria, lo que incentiva a las empresas a colaborar con proyectos deportivos de carácter

social e inclusivo como los del club. Además de los beneficios económicos, las empresas que contribuyan al club podrán fortalecer su imagen corporativa, alineándose con valores de responsabilidad social, inclusión y apoyo al deporte adaptado. La relación entre el club y los donantes corporativos también puede ser duradera, abriendo la puerta a alianzas estratégicas a largo plazo.

Estos métodos de financiamiento no solo son efectivos en términos económicos, sino que también juegan un papel clave en difundir la misión y valores del club, destacando su compromiso con la inclusión social y la promoción del deporte adaptado. Al incrementar la visibilidad del club, tanto en medios digitales como tradicionales, se puede generar un mayor interés y apoyo de la comunidad, los medios de comunicación y las instituciones gubernamentales, lo que puede traducirse en oportunidades adicionales de financiamiento y colaboración.

Con respecto a la segmentación de donantes, debe enfocarse en tres grupos clave:

- Vinculación: Familiares y amigos de los deportistas, quienes tienen un fuerte vínculo emocional con el club.
- Capacidad: Empresas locales interesadas en la responsabilidad social empresarial (RSE), que pueden beneficiarse del impacto positivo de patrocinar un club de deporte adaptado.
- Interés: Particulares motivados por la inclusión social y el deporte adaptado, dispuestos a donar a causas que generen un impacto social positivo.

El uso estratégico de redes sociales como Instagram y Facebook es clave para maximizar la recaudación. Las campañas bien diseñadas, con testimonios de los deportistas y videos de eventos, pueden conectar emocionalmente a los donantes potenciales, aumentando la visibilidad y la interacción. Por otro lado, es fundamental que el club haga una buena práctica de la transparencia para que el club comunique claramente cómo se utilizarán los fondos y muestre el impacto tangible de las donaciones. Al proporcionar información detallada y actualizaciones sobre el uso de los recursos, se genera un alto nivel de confianza entre los donantes, lo que fomenta la continuidad de sus contribuciones.

Dado que el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado está en una etapa inicial, generar ingresos a través de investigación o desarrollo de tecnología, como lo hace el INRPAC, podría ser una estrategia a largo plazo. Para lograrlo, el club necesitaría asociarse con universidades o centros de investigación en deporte adaptado. Aunque es una posibilidad para el futuro, por ahora el enfoque debería estar en establecer un flujo de ingresos más inmediato.

En la búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento para asegurar la sostenibilidad de sus actividades, el club tiene la opción de inscribirse en plataformas de crowdfunding. Una de las plataformas más relevantes en Chile y que el club se puede inscribir es:

#### I. LetsFand (Plataforma de Donaciones para el Deporte)

Es una plataforma de crowdfunding que permite la recaudación de fondos a través de donaciones para proyectos deportivos en Chile. Esta plataforma busca conectar a deportistas, clubes, organizaciones deportivas y eventos con personas que deseen apoyar financieramente dichas iniciativas.

El objetivo de esta plataforma es facilitar la recaudación de fondos para el desarrollo de proyectos deportivos, ya sean personales o institucionales.

Los interesados en esta plataforma deben registrarse en la página web y crear una campaña de recaudación de fondos, explicando el objetivo de la campaña, la cantidad de dinero necesaria y cómo se utilizarán los recursos. Una vez creada la campaña, se puede compartir a través de redes sociales, correo electrónico y otros medios para llegar a potenciales donantes. Por último, los usuarios pueden donar a las campañas utilizando métodos de pago en línea.

Los clubes u organizaciones deben estar registrados en la plataforma y cumplir con las políticas de transparencia en cuanto al uso de los fondos recaudados.

Los beneficios de esta plataforma son que proporciona un medio accesible para que deportistas y organizaciones puedan recaudar fondos directamente del público y, por último, los donantes pueden conocer el progreso de las campañas y recibir actualizaciones sobre el uso de los fondos.

Por otro lado, el club podría beneficiarse de fuentes de financiamiento institucionales como la Ley de Donaciones Deportivas N°19.712. Esta ley fue promulgada el 7 de febrero del año 2001 y establece las bases institucionales y normativas para el desarrollo del deporte en el país. Su objetivo principal es fomentar, promover y organizar la actividad deportiva, facilitando su acceso a toda la población y contribuyendo al bienestar de las personas a través de la práctica de actividades físicas y deportivas. La ley N°19.712 considera especialmente la inclusión de las personas con discapacidad en la práctica deportiva. La ley creó el Instituto Nacional del Deporte (IND), que es el organismo encargado de la planificación, promoción, organización y coordinación del deporte en Chile. Si bien la ley no define programas específicos exclusivamente para el deporte adaptado, establece mecanismos que permiten su financiamiento y desarrollo a través de programas y fondos generales que se aplican con adaptaciones.

El club puede postular a fondos como:

I. FONDEPORTE (Fondo Nacional para el Fomento del Deporte)

Es un fondo concursable del Instituto Nacional del Deporte, el cual está destinado a financiar proyectos deportivos que promueven la actividad física y el deporte en todo el país. Es uno de los principales mecanismos de apoyo financiero para la creación de programas y proyectos deportivos, ya sea en su modalidad recreativa, formativa o de alto rendimiento.

La postulación se realiza anualmente, generalmente se inicia en el primer trimestre del año, a través del portal web en el IND. Requieren que la organización esté registrada en el Registro Nacional de Organizaciones Deportivas. Las organizaciones deportivas deben presentar un proyecto que describa detalladamente los objetivos, el impacto del proyecto, el presupuesto solicitado y la forma en que los recursos se utilizarán. Por otro lado, también el proyecto debe estar alineado con los objetivos de fomento deportivo del IND.

Pueden postular clubes deportivos, organizaciones sin fines de lucro, entre otros que sean una persona jurídica vigente. Por otro lado, debe cumplir con las bases establecidas por el IND, que varían según la línea de financiamiento (deporte comunitario, recreativo, formativo, competitivo, etc.).

Los beneficios de este fondo concursable son que financia proyectos que van desde actividades deportivas comunitarias hasta la construcción y reparación de infraestructura deportiva, apoya la adquisición de implementos deportivos y la organización de torneos y, por último, beneficia a deportistas y permite el acceso al deporte a distintos grupos de la sociedad.

## II. FONAPI (Fondo Nacional para Proyectos Inclusivos)

Es un fondo gestionado por el Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS) que financia proyectos destinados a mejorar la inclusión social de las personas con discapacidad. Dentro de sus áreas de financiamiento, el deporte adaptado es una de las líneas importantes, ya que promueve la participación de personas con discapacidad en actividades físicas y deportivas.

La postulación se realiza en línea, a través del portal de SENADIS, y abre mediante convocatorias anuales o en ciertos momentos del año. Los proyectos deben ser presentados por organizaciones sin fines de lucro, municipalidades, instituciones educacionales y otras entidades que trabajen con personas discapacitadas. Por último, el proyecto debe detallar los objetivos inclusivos, el impacto esperado, el presupuesto y el cronograma.

Los requisitos son que las organizaciones deben estar legalmente constituidas y sin fines de lucro, deben presentar un proyecto que contribuya a la inclusión de personas con discapacidad a través del deporte o actividad física adaptada y, por último, debe alinear el proyecto con las políticas de inclusión social del SENADIS.

Los beneficios de este fondo concursable son que financia proyectos que promueven el acceso de personas con discapacidad al deporte y a otras áreas de la vida social. Por otro lado, apoya la adquisición de equipos deportivos adaptados, la capacitación de técnicos en deporte adaptado, y la organización de eventos deportivos inclusivos.

En conclusión, la combinación de los eventos de recaudación, fundraising directo, crowdfunding y el financiamiento institucional no solo fortalecerá la sostenibilidad financiera del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, sino que también contribuirá a consolidar su reputación y expandir su impacto en la sociedad, permitiendo que

más personas en situación de discapacidad accedan a las oportunidades que ofrece el deporte adaptado.

## **14. Identificación y Evaluación de Posibles Sponsors**

### **14.1. Qué es el Patrocinio Deportivo**

El patrocinio deportivo es una estrategia de marketing mediante la cual una empresa o entidad apoya financieramente o en especie a un club, deportista o evento a cambio de visibilidad y beneficios de promoción. Este tipo de asociación es beneficiosa para ambas partes: el patrocinador aumenta su exposición y mejora su imagen al asociarse con valores positivos como el esfuerzo, la superación y la inclusión, mientras que el patrocinado recibe los recursos necesarios para su desarrollo.

Existen varios tipos de patrocinio deportivo, entre los más comunes:

- I. Patrocinio financiero: Aportación de dinero a cambio de visibilidad de la marca.
- II. Patrocinio en especie: Donación de productos o servicios, como equipos o material deportivo.
- III. Patrocinio mediático: Aportes de medios de comunicación a cambio de contenido exclusivo.
- IV. Patrocinio personal: A un deportista en particular, que representa los valores de la marca.

### **14.2 Identificación de Sponsors Potenciales**

Para identificar potenciales sponsors para el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, es clave focalizarse en empresas de los sectores de salud, deporte y tecnología asistencial.

Algunas ideas son:

- I. Empresas de salud: Farmacéuticas, centros de rehabilitación y clínicas especializadas que deseen alinear su imagen con la inclusión y el bienestar de las personas con discapacidad.
- II. Empresas deportivas: Tiendas de artículos deportivos, marcas de ropa y accesorios que busquen visibilidad en el contexto de deporte adaptado.
- III. Empresas que Aportan en Inclusión: Además de las empresas que operan directamente en los sectores de salud o deporte, hay compañías de otros sectores que buscan participar en iniciativas de responsabilidad social corporativa y ven en el patrocinio deportivo adaptado una oportunidad para hacer un aporte significativo.

Al identificar posibles patrocinadores para el club, es clave observar cómo otras empresas han logrado atraer patrocinadores. Los siguientes son ejemplos de empresas que ya están involucradas en el patrocinio de deporte adaptado en Chile:

- I. Uber: En 2024, Uber se convirtió en el patrocinador del Comité Paralímpico de Chile (COPACHI), proporcionando tanto apoyo económico como facilidades de movilidad para los atletas paralímpicos, lo que incluye la entrega de créditos en la aplicación para facilitar sus traslados durante los entrenamientos y competencias. Este tipo de patrocinio refleja un compromiso con la inclusión y la mejora de la accesibilidad, lo que se alinea perfectamente con los valores de un club que promueve el deporte adaptado.
- II. Team ParaChile: Cuenta con una red de patrocinadores, como Claro Chile y Banco de Chile, que apoyan a los atletas paralímpicos no solo con recursos financieros, sino también con campañas de visibilidad y apoyo a largo plazo.
- III. Santiago 2023: Los Juegos Parapanamericanos Santiago 2023 han atraído patrocinadores como Coca-Cola, Entel y Líder. Estos gigantes del sector de consumo masivo y telecomunicaciones ven en estos eventos una oportunidad para mejorar su

imagen de marca a través de la asociación con valores como el esfuerzo, la inclusión y la igualdad.

### **14.3 Evaluación de Alineación con los Valores del Club**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado se destaca por su compromiso con la inclusión social, la mejora de la calidad de vida de las personas en situación de discapacidad, y la igualdad de oportunidades a través del deporte adaptado. Para garantizar una relación sólida con los patrocinadores, es esencial que estos compartan o se alineen con los valores fundamentales del club. A continuación, se describen los criterios claves para evaluar esta alineación:

**I. Compromiso con la inclusión:**

El club prioriza la inclusión de personas con discapacidad en el deporte, buscando crear un entorno donde se respeten los derechos y se promueva la participación igualitaria. Las empresas patrocinadoras deben mostrar un historial de apoyo a iniciativas inclusivas, ya sea mediante programas de responsabilidad social empresarial enfocados en la discapacidad o proyectos destinados a la mejora de la accesibilidad.

**II. Alineación con la misión de bienestar y la calidad de vida:**

El objetivo del club es mejorar la calidad de vida de sus miembros a través del deporte. Por lo tanto, es importante que los patrocinadores compartan un enfoque en la salud y el bienestar. Empresas de sectores como salud, tecnología asistencial y bienestar social, que promueven programas o productos que mejoren la vida de personas con discapacidad, son idóneas para alinearse con el club.

**III. Compromiso con la igualdad de oportunidades:**

El club se basa en el principio de que el deporte debe ser accesible para todos, independientemente de su capacidad física o situación económica. Patrocinadores que abogan por la igualdad de oportunidades a través de sus políticas de RSE y que tienen experiencia en proyectos inclusivos son especialmente adecuados. Estos

patrocinadores pueden ser empresas que trabajen en áreas de acceso universal, diseño inclusivo o educación, que contribuyan a eliminar las barreras para personas con discapacidad.

IV. Sostenibilidad y visión a largo plazo:

El club busca crear relaciones a largo plazo con patrocinadores que no solo aporten recursos financieros o en especies, sino que también se comprometan a acompañar el desarrollo del club en el tiempo. La sostenibilidad es un pilar clave en esta alineación, ya que garantiza la continuidad de los programas y la expansión de sus servicios.

## **15. Sponsors y su Aporte al Club**

El club cuenta con el apoyo de dos emprendimientos y un instituto de salud que contribuyen al desarrollo de las actividades, tanto a nivel de entrenamiento como en aplicaciones desarrolladoras del club. A continuación, se describen los dos principales sponsors que apoyan al Club de Viña del Mar:

I. Aquadanoi:

Este emprendimiento, liderado por un deportista paralímpico del equipo, ofrece agua purificada y, desde el año 2020 ha sido colaborador clave en el suministro de bidones de agua durante las competencias, lo que contribuye significativamente a la hidratación de los deportistas.

II. Jarkev:

Este emprendimiento, fundado por dos deportistas paralímpicos del equipo, aporta al club con aplicaciones desarrolladoras específicamente para nuestros registros y la gestión de las actividades del equipo. Además, se encargan del diseño y mantenimiento de la página web.

### III. Instituto Neuro Sports

Este centro de salud financia los honorarios de algunos integrantes del cuerpo técnico actual, parte de la indumentaria deportiva para la competencia del año 2020 y entrega atención esquelética a los deportistas en caso de lesión con un 60% de descuento al valor de referencia, y en algunos casos de manera gratuita.

El club se encuentra en una fase de crecimiento en la que está explorando nuevas oportunidades de colaboración. Actualmente, se están llevando a cabo acercamientos con empresas privadas y emprendimientos que, aunque aún no se han concretado, representan una oportunidad valiosa para fortalecer el apoyo al club. Estas colaboraciones potenciales podrían contribuir significativamente al desarrollo de las actividades deportivas y mejorar los recursos disponibles para el equipo en el futuro.

## 16. Esfuerzos necesarios para conseguir Patrocinio al Club

A continuación, se presenta una tabla con los datos resumidos sobre los esfuerzos necesarios para conseguir patrocinio al club, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| <b>Categoría</b>                       | <b>Costos Estimados</b> | <b>Tiempo Estimado</b>                       |
|----------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------|
| Investigación y selección de Sponsors  | \$400,000 - \$1,000,000 | 2 a 4 semanas.                               |
| Desarrollo de Propuesta de Valor       | \$500,000 - \$2,500,000 | 1 a 3 semanas.                               |
| Negociación de Términos y Contrato     | \$300,000 - \$1,000,000 | 2 a 6 semanas.                               |
| Ejecución y Actividades del Patrocinio | \$200,000 - \$800,000   | 3 a 8 semanas.                               |
| Evaluación y Reportes                  | \$200,000 - \$500,000   | Continuo; reportes mensuales o trimestrales. |
| Renovación o Cierre del Patrocinio     | \$100,000 - \$300,000   | 2 a 4 semanas.                               |

Fuente: Propia

#### I. Investigación y selección de Sponsors

- a. Esfuerzo: Identificar empresas o emprendimientos que promuevan la inclusión y el deporte adaptado, y establecer una base de datos de posibles patrocinadores.

- b. Costos estimados: La realización de estudio de mercado o la contratación de plataformas de networking especializadas puede implicar una inversión aproximada entre \$400.000 y \$1.000.000, dependiendo de la profundidad y alcance de la investigación. (Beatriz García, 2020)
- c. Tiempo estimado: De 2 a 4 semanas. La investigación para identificar empresas o emprendimientos que se alineen con los valores del club y promuevan la inclusión y el deporte adaptado implica un análisis de mercado detallado y la recopilación de información relevante. Establecer una base de datos con contactos y detalles específicos de las empresas puede requerir tiempo, dependiendo de la disponibilidad de fuentes y la accesibilidad e información empresarial. Este periodo también considera la verificación de la compatibilidad de los valores de las empresas con los del club y la organización de reuniones preliminares para iniciar el contacto. (CIPER Chile, 2014).

Por otro lado, el club podría designar a un responsable para facilitar y gestionar la creación de estos lazos, lo cual podría implicar la contratación de un coordinador de relaciones externas con un salario estimado de \$800.000 mensuales.

## II. Desarrollo de Propuesta de Valor:

- a. Esfuerzo: Elaborar una propuesta personalizada que destaque los beneficios para el patrocinador, incluyendo presencia de marca en eventos, redes sociales y materiales deportivos.
- b. Costos estimados: Si se opta por contratar a un profesional de marketing o diseño para la creación de materiales de propuesta, los honorarios pueden variar entre \$500.000 y \$2.500.000, según la complejidad y la calidad requerida. (Juan Ignacio Pulido, 2019)
- c. Tiempo estimado: De 1 a 3 semanas. La creación de una propuesta de valor personalizada implica diseñar un documento que resalte los beneficios para el patrocinador, lo cual puede requerir colaboración con profesionales de marketing y diseño. Si la propuesta incluye elementos visuales complejos, como presentaciones de alta calidad y contenido multimedia, el tiempo puede

extenderse. Sin embargo, una propuesta estándar que enfatiza la presencia de la marca y beneficios claros puede desarrollarse en menor tiempo. (Emprendamos Juntos, (n.d.))

### III. Negociación de Términos y Contrato

- a. Esfuerzo: Definir y acordar los términos del patrocinio, incluyendo aspectos como exclusividad, derechos de imagen y duración del acuerdo.
- b. Costos estimados: La asesoría legal para la redacción y revisión de contratos puede costar entre \$300.000 y \$1.000.000, dependiendo de la complejidad del documento y de la experiencia del abogado. (Manuel Alonso, 2019)
- c. Tiempo estimado: De 2 a 6 semanas. La negociación de términos es un proceso que incluye la discusión y acuerdo sobre aspectos como exclusividad, derecho de imagen y duración del patrocinio. Las revisiones de contrato, especialmente cuando participan asesores legales de ambas partes, pueden extender el tiempo necesario. Se debe considerar la coordinación de reuniones para la revisión de términos y la incorporación de ajustes o modificaciones al contrato, lo que puede prolongar la fase de negociación. (Universidad de Chile, 2016)

### IV. Ejecución y Actividades del Patrocinio

- a. Esfuerzo: Implementar la presencia de la marca patrocinadora en eventos, uniformes y materiales promocionales del club.
- b. Costos estimados: La producción e inclusión de la marca en implementos o indumentaria deportiva puede requerir una inversión entre \$200.000 a \$800.000, dependiendo de la cantidad y calidad de los materiales. (Xavier Casademont, 2018)
- c. Tiempo estimado: De 3 a 8 semanas. La implementación del patrocinio requiere la inclusión de la marca en uniformes, materiales promocionales y eventos. El tiempo estimado varía según la cantidad de materia publicitaria a producir y la preparación del evento donde se mostrará la marca. La producción de contenido audiovisual o la planificación de publicaciones en

redes sociales también puede extender este plazo, ya que requieren coordinación con el equipo de producción y comunicación. (Bombo Marketing, (n.d))

## V. Evaluación y Reportes

- a. Esfuerzos: Monitorear y reportar el impacto del patrocinio, incluyendo métricas de visibilidad y engagement en redes sociales.
- b. Costos estimados: La elaboración de informes y análisis puede implicar costos entre \$200.000 y \$500.000, considerando la frecuencia de los reportes y la complejidad del análisis. (Manuel Alonso, 2019)
- c. Tiempo estimado: Continuo, con reportes parciales mensuales o trimestrales. La evaluación y el monitoreo del impacto del patrocinio son procesos continuos que incluyen la recopilación de métricas de visibilidad. La elaboración de reportes detallados puede tomar de 1 a 2 semanas, dependiendo de la cantidad de datos a analizar y la complejidad del informe. Si se realizan reportes mensuales, el tiempo invertido en cada uno será menor, mientras que los reportes trimestrales pueden requerir una versión más completa. (Bombo Marketing, (n.d))

## VI. Renovación o Cierre del Patrocinio

- a. Esfuerzo: En caso de renovación, renegociar términos y actualizar la propuesta de valor; si se finaliza el patrocinio, agradecer al patrocinador y mantener una relación para futuras colaboraciones.
- b. Costos estimados: Este proceso puede involucrar costos adicionales en términos de tiempo del personal y posibles ajustes en materiales de comunicación, estimados entre \$100.000 y \$300.000. (Beatriz Garcia, 2020)
- c. Tiempo estimado: De 2 a 4 semanas. La renovación o cierre del patrocinio implica una revisión de los términos y la evaluación de los resultados obtenidos durante el periodo de colaboración. Si se decide renovar, pueden ser necesarias negociaciones para ajustar términos, lo cual requiere tiempo de planificación y reuniones. En caso de cierre, hoy se deben preparar

comunicaciones de agradecimiento y mantener una relación positiva para posibles futuras colaboraciones, lo cual también puede llevar tiempo de coordinación y preparación de materiales. (Team Catapult, (n.d))

## **16.1 Estudio de Mercado de Posibles Sponsors**

El estudio de mercado se enfoca en identificar empresas que puedan aportar recursos financieros o en especie alineados con los valores del club. Tanto en Viña del Mar como en Valparaíso, hay oportunidades para buscar patrocinadores que contribuyan con apoyo significativo.

### **I. Empresas locales**

- a. Deporte Miralles: Esta tienda local podría proporcionar equipamiento deportivo como balones, uniformes o implementos específicos para el entrenamiento del club. Esta ayuda a reducir los costos operativos del club relacionados con la compra de equipo, asegurando que los deportistas tengan acceso a los implementos necesarios para competir y entrenar adecuadamente.
- b. Sports Medicina Deportiva: Ofrecen tratamientos médicos especializados y servicios kinésicos para lo deportivo del club, garantizando que los atletas reciban el cuidado adecuado para prevenir y tratar lesiones.
- c. Fundación Give me Five: La fundación aporta fondos directos para financiar actividades y programas deportivos, como la organización de torneos o eventos inclusivos. Además, podrían patrocinar la adquisición de implementos o el pago de entrenadores especializados.
- d. Human Place: Ofrecen servicios de diagnóstico y programas personalizados para mejorar el bienestar mental y físico de los deportistas, lo que permitiría al club tener acceso a evaluaciones y planes personalizados para sus atletas sin incurrir en costos adicionales.

- e. Cratus: Puede proporcionar tecnología de luces interactivas para los entrenamientos, ayudando a mejorar las capacidades motoras y cognitivas de los deportistas. Al ofrecer estos sistemas innovadores, el club accedería a tecnología avanzada que normalmente sería costosa, mejorando la calidad de los entrenamientos sin gastos significativos.
- f. MCP Sport: Ofrecen equipos y servicios para la medición y mejora de habilidades cognitivas y motoras de los deportistas, proporcionándolos al club a un costo reducido o de forma gratuita. Esto beneficiaría el rendimiento deportivo sin generar gastos adicionales para el club.

## **16.2 Análisis de Aporte de Posibles Sponsors**

Este análisis de aporte se elaboró a partir de datos obtenidos mediante reuniones en línea y visitas presenciales con representantes de diversos emprendimientos. Estos encuentros permitieron recabar información detallada sobre los beneficios y apoyos que las entidades pueden proporcionar al Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, destacando los impactos económicos y operativos que podrían derivarse de dichas colaboraciones. A continuación, se detalla cómo el apoyo de estas entidades, desde aportes en implementos deportivos hasta servicios de evaluaciones de bienestar, puede representar un ahorro significativo y optimizar la gestión y el desarrollo de las actividades del club. Para más detalles, se incluye en el Anexo N°1 una tabla con información resumida de las entrevistas realizadas, detallando sobre cómo se llevaron a cabo dichas entrevistas y un resumen.

### **I. Deporte Millares:**

- a. Detalle del Aporte: Implementos deportivos como balones de fútbol y uniformes básicos para los entrenamientos y competencias del club.
- b. Contenido específico:
  - Balones de fútbol: Un balón de calidad estándar puede costar alrededor de \$20.000. Si el club recibe 10 balones al mes, el ahorro es de \$200.000.

- Uniformes: Cada uniforme puede costar entre \$25.000 y \$45.000. Si el club recibe 10 uniformes al mes, el ahorro sería de \$250.000 a \$450.000.
- c. Impacto: El aporte mensual de implementos deportivos podría representar un ahorro total de \$300.000 a \$800.000, permitiendo al club destinar esos recursos a otras necesidades, como transporte o insumos adicionales para entrenamiento.

## II. Sports Medicina Deportiva:

- a. Detalle de Aporte: Servicios médicos y kinésicos especializados.
- b. Contenido específico:
  - Cada sesión tiene un costo promedio de \$15.000 a \$40.000. Un paquete de 20 sesiones al mes tendría un valor de \$300.000 a \$800.000.
- c. Impacto: este tipo de servicio proporciona un cuidado preventivo y de recuperación que evita gastos médicos adicionales y mantiene a los atletas en óptimas condiciones físicas, contribuyendo a un ahorro significativo a la salud de los deportistas.

## III. Fundación Give me Five:

- a. Detalle de Aporte: Financiamiento de eventos deportivos y adquisición de implementos.
- b. Contenido específico:
  - Eventos deportivos: el costo de organizar un torneo inclusivo de escala moderada incluye alquiler de espacio, aproximadamente \$200.000, equipos y suministros que equivalen a \$300.000, y otros gastos logísticos que valen aproximadamente \$500.000. La fundación cubriendo estos costos representa un ahorro de \$1.000.000 por evento.
- c. Impacto: Este financiamiento permite al club organizar eventos sin afectar su presupuesto operativo, promoviendo la inclusión y fortaleciendo la participación comunitaria.

#### IV. Human Place:

- a. Detalle del Aporte: Servicio de diagnóstico y programas personalizados.
- b. Contenido específico:
  - Evaluaciones psicológicas y físicas: cada evaluación tiene un costo entre \$50.000 y \$100.000 por atleta.
  - Programas de bienestar: un plan de seguimiento mental y físico para 10 atletas al mes puede costar entre \$500.000 y \$1.000.000.
- c. Impacto: El acceso al programa de bienestar mejora la salud mental y física de los atletas, potenciando su rendimiento y reduciendo la probabilidad de lesiones y agotamiento, lo cual podría incurrir en gastos adicionales en caso de contratar servicios externos.

#### V. Cratus:

- a. Detalle del Aporte: Tecnología de luces interactivas para entrenamientos
- b. Contenido específico:
  - Sesiones de entrenamiento: Cada sesión con tecnología avanzada de luces interactivas tiene un costo de aproximadamente \$1.000.000.
- c. Impacto: El uso de esta tecnología mejora la capacidad de reacción y coordinación, optimizando la calidad de los entrenamientos sin que el club deba invertir en costosos sistemas tecnológicos.

#### VI. MCP Sport:

- a. Detalles del Aporte: Equipos y servicios para la evaluación de habilidades cognitivas y motoras.
- b. Contenido Específico:
  - Evaluaciones mensuales: El costo de estas evaluaciones que incluyen equipos y reportes personalizados, suele ser de \$300.000 a \$500.000 mensuales.

- c. Impacto: La evaluación constante permite a los entrenadores ajustar las rutinas de entrenamiento basadas en datos precisos, lo cual optimiza el rendimiento de los atletas sin un gasto adicional significativo para el club.

### **16.3 Comparación de Gastos y Aportes de Sponsors**

El análisis de los gastos operativos actuales del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado de muestra una carga financiera significativa en varios rubros clave. Comparando estos gastos con los aportes potenciales de sponsors, se observa un impacto positivo que podría reducir notablemente los costos operativos del club.

- I. Implementos Deportivos: Actualmente, el club gasta en la compra de implementos deportivos, como se reflejó en el mes de junio del año 2024 con la suma de:

- Balones: \$289.500
- Conos y delimitadores: \$47.000
- Bolsos y otros insumos: \$108.000

- a. Aporte de Deporte Millares: El patrocinio en especie de deportes millares podría proporcionar balones y uniformes, representando un ahorro mensual de \$300.000 a \$800.000. Esto cubriría la compra de implementos básicos y reduciría la presión financiera en veces como junio, donde se gastó una suma considerable en implementos deportivos.

- Impacto: en la parte permitiría al club destinar recursos a otras necesidades, como transporte o mejorar los programas de entrenamiento, optimizando así la gestión financiera.

- II. Costos de Servicios Médicos y Kinesiología: En julio, el club gastó \$180,000 en honorarios de kinesiólogos por 9 sesiones.

- a. Aporte de Sports Medicina Deportiva: El patrocinio en servicios kinésicos y médicos podría proporcionar hasta 20 sesiones al mes, con un valor de \$300,000 a \$800,000.

- Impacto: Esto no solo eliminaría los costos de las sesiones ya mencionadas, sino que ampliaría el acceso a atención continua para los atletas, mejorando su rendimiento y evitando costos adicionales por lesiones mal atendidas.

III. Competencias y Eventos: El club incurre en gastos significativos por participación en competencias, que incluyen transporte, alojamiento y comidas.

a. Aporte de Fundación Give me Five: El financiamiento para la organización de eventos podría cubrir costos de hasta \$1,000,000 por evento, cubriendo alquiler de espacios y logística.

- Impacto: Este apoyo reduciría la carga financiera asociada a la organización de eventos inclusivos, promoviendo la participación comunitaria sin afectar el presupuesto operativo.

IV. Servicios de Evaluación y Programas de Bienestar: El club podría beneficiarse de evaluaciones constantes y programas de apoyo mental y físico.

a. Aportes de Human Place: Programas de bienestar y evaluaciones personalizadas, valorados entre \$500,000 Y \$1,000,000 mensuales.

b. Aportes de MCP Sport: Evaluaciones cognitivas y motoras, con un costo de \$300,000 a \$500,000 mensuales.

- Impacto: La implementación de estos servicios optimizaría el rendimiento y la salud integral de los atletas, previniendo lesiones y mejorando la preparación sin incurrir en gastos adicionales.

La comparación demuestra que los aportes en especie y servicios de los sponsors podrían representar un ahorro mensual significativo que oscila entre \$1,667,000 y \$3,716,000, dependiendo de los patrocinadores y la magnitud del apoyo. Esto permitiría al club no solo reducir costos, sino también expandir sus actividades y mejorar la calidad de los servicios que ofrece a sus atletas y a la comunidad, asegurando una sostenibilidad a largo plazo.

## 17. Planificación a un Año para el Club de Deporte Adaptado

El objetivo es establecer un enfoque estratégico, progresivo y sostenible para identificar, contactar y consolidar relaciones con patrocinadores interesados en apoyar el deporte adaptado.

- I. Primeros 3 meses: investigación y selección de patrocinadores
  - a. Realizar una investigación de mercado para identificar empresas y emprendimientos con valores alineados.
  - b. Crear una base de datos organizada con contactos relevantes y detalles específicos.
  - c. Evaluar la posibilidad de designar un responsable interno o contratar un coordinador de relaciones externas.

Resultado esperado: Una base de datos estratégica de posibles patrocinadores, priorizando aquellos con interés en la inclusión y el deporte adaptado.

- II. Meses 4 a 6: Desarrollo de Propuestas de Valor Personalizadas
  - a. Diseñar propuestas de valor personalizadas que incluyan beneficios.
  - b. Colaborar con profesionales de marketing y diseño para garantizar materiales de alta calidad.

Resultado esperado: Propuestas atractivas y adaptadas a los intereses de cada patrocinador potencial.

- III. Meses 7 a 9: Negociación de términos y formalización de acuerdos
  - a. Contactar a los posibles patrocinadores para presentar las propuestas y establecer reuniones.
  - b. Negociar términos claves, como exclusividad, derechos de imagen y duración del acuerdo.
  - c. Redactar y revisar contratos con apoyo legal.

Resultado esperado: Contratos formalizados con patrocinadores, estableciendo relaciones mutuamente beneficiosas y claras.

- IV. Meses 10 a 12: Implementación y evaluación del patrocinio
  - a. Ejecutar las actividades comprometidas, incluyendo la inclusión de la marca patrocinadora en uniformes, redes sociales, materiales promocionales y actividades del club.
  - b. Monitorear resultados mediante métricas de visibilidad y engagement en redes sociales.

Resultado esperado: Cumplimiento de los compromisos con los patrocinadores y evaluación continua de los resultados del patrocinio.

- V. Renovación o cierre del patrocinio
  - a. Evaluar el impacto del patrocinio al finalizar el periodo.
  - b. Proponer la renovación del acuerdo con términos actualizados en caso de resultados positivos.
  - c. Cerrar el patrocinio de manera profesional si no se renueva, manteniendo relaciones para futuras colaboraciones.

Resultado esperado: Renovación de acuerdos exitosos o cierre positivo y profesional de la relación.

## **18. Desarrollo Plan Piloto de Patrocinio – Club Deportivo Adaptado**

### **I. Introducción**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado tiene como objetivo principal fomentar la inclusión social a través del deporte adaptado. El club ofrece una plataforma para que personas con diversas capacidades físicas puedan participar en entrenamientos y competencias de alto rendimiento, además de promover la salud y el bienestar. Buscamos alianzas estratégicas con empresas que deseen apoyar la causa del club y ayudar a fortalecer el impacto del deporte adaptado en la comunidad.

### **II. Valores del Club**

- a. Compromiso con la inclusión: El club se dedica a promover un entorno donde todas las personas, sin importar sus capacidades, se sientan incluidas y valoradas, utilizando el deporte como una herramienta poderosa de integración y empoderamiento social.
- b. Alineación con la misión de bienestar y calidad de vida: El club se enfoca en fomentar el bienestar físico, mental y social de sus atletas y de la comunidad, garantizando actividades y programas que contribuyan a mejorar su calidad de vida y desarrollo integral.
- c. Compromiso con la igualdad de oportunidades: El club defiende la igualdad de oportunidades para todos los atletas, asegurando que cada uno tenga acceso

a los recursos y apoyo necesarios para alcanzar su máximo potencial, sin discriminación.

- d. Sostenibilidad y visión a largo plazo: El club trabaja con un enfoque sostenible, buscando establecer programas y alianzas que aseguren la continuidad y el crecimiento del deporte adaptado, garantizando un impacto duradero en la comunidad y en el bienestar de los atletas.

### III. Público Objetivo

- a. Atletas en situación de discapacidad física o motoras.
- b. Familias y cuidadores de personas en situación de discapacidad.
- c. Instituciones educativas y de salud interesadas en la rehabilitación y en el deporte inclusivo.
- d. Comunidades locales interesadas en deportes inclusivos.

### IV. Oportunidades de Patrocinio

Se ofrecen diferentes niveles de patrocinio con beneficios específicos para los patrocinadores, dependiendo del monto o recursos aportados:

- a. Patrocinador Principal: Son aquellos que aportan un recurso continuo.
  - Logo en las camisetas oficiales del club y material de entrenamiento.
  - Presencia destacada en todas las plataformas digitales y redes sociales.
  - Participación en competencias locales y nacionales.
- b. Patrocinador en Especie: Son aquellos que aportan con productos o servicios.
  - Logo en equipamiento donado y menciones en redes sociales.
  - Inclusión en campañas de agradecimiento en medios locales o redes sociales.
  - Participación en actividades comunitarias organizadas por el club.
- c. Patrocinador de Eventos: Son aquellos que aportan en financiar para competencias o actividades.
  - Menciones en material promocional del evento.
  - Oportunidades de visibilidad en medios locales o redes sociales.

- Invitaciones a competencias exclusivas y menciones en la cobertura mediática.

#### V. Beneficios para el Patrocinador

- Visibilidad de la marca: Asociar la marca con una causa inclusiva y de gran impacto social.
- Beneficios Fiscales: A través del programa de patrocinio deportivo, las empresas pueden obtener deducciones fiscales por sus contribuciones al deporte adaptado.
- Responsabilidad Social Corporativa (RSC): El patrocinio de un club deportivo adaptado se alinea perfectamente con los valores de RSC, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad.
- Networking: La oportunidad de conectarse con otras empresas y organizaciones comprometidas con la inclusión social.

#### VI. Plan de Activación del Patrocinio

- Anuncio de Patrocinio: Presentación pública del patrocinio a través de redes sociales, prensa local y eventos deportivos.
- Integración del Sponsor: Incorporación del logo de la empresa en el material del club, incluyendo uniformes, sitios web y equipamiento.
- Actividades: Organización de actividades exclusivas para el patrocinador, donde podrán interactuar con atletas y la comunidad.

#### VII. Contacto: Para más información y detalles sobre la oportunidad de colaboración, puede contactarnos en

- Correo Electrónico: [contacto@deporteparalimpico.cl](mailto:contacto@deporteparalimpico.cl)
- Teléfono: +569 82031506

## **19. Conclusión Identificación y Evaluación de Posibles Sponsors**

La búsqueda de patrocinio para el Club Deportivo de Deporte Adaptado de Viña del Mar representa un desafío tanto en esfuerzo como en inversión económica, con costos totales que pueden variar entre \$1.700.000 y \$6.000.000. Estos costos incluyen actividades esenciales como la investigación de los patrocinadores potenciales, la creación de propuesta de valor, la negociación de términos, la ejecución del patrocinio y la evaluación continua. Además, para gestionar estos procesos, el club tendría que evaluar incorporar un coordinador de relaciones externas, con un salario mensual estimado de \$800.000, aumentando la inversión y destacando la necesidad de un enfoque estructurado.

A pesar de la inversión significativa y los esfuerzos requeridos, los beneficios potenciales justifican ampliamente este gasto. Los aportes de los patrocinadores podrían representar un ahorro mensual entre \$1.667.000 y \$3.716.000, lo que permite al club redirigir recursos hacia áreas críticas como la mejora de programas de entrenamiento, infraestructura y la organización de eventos. Además, los patrocinadores no solo aportan financieramente, sino que brindan apoyo logístico, visibilidad y acceso a servicios especializados que mejoran la preparación y el rendimiento de los atletas.

Teniendo en cuenta esta inversión inicial y el potencial ahorro mensual que oscila entre \$1,667,000 y \$3,716,000, se estima que el club podría mitigar los costos iniciales en un periodo aproximado de 2 a 5 meses, dependiendo del nivel y tipo de apoyo recibido de los patrocinadores.

Aunque el proceso de conseguir y gestionar patrocinios implica esfuerzos y costos iniciales elevados, los beneficios económicos y estratégicos hacen que esta inversión sea no solo viable, sino esencial para la sostenibilidad y el crecimiento del club. El patrocinio asegurará que el club continúe cumpliendo su misión de fomentar la inclusión y el desarrollo integral de sus deportistas, permitiendo un impacto positivo y duradero en la comunidad.

## **20. Identificación y Evaluación de Posibles Alianzas Estratégicas**

### **20.1 Alianza Estratégica Deportiva**

La alianza estratégica deportiva es una colaboración que ocurre en el ámbito deportivo entre entidades como clubes, federaciones, organismos gubernamentales y empresas, con el fin de potenciar el desarrollo y la promoción de deportes, así como alcanzar un impacto social y comercial ampliado. Este tipo de alianza aprovecha las fortalezas de cada parte para maximizar los recursos y la visibilidad, algo especialmente valioso en el contexto de marketing deportivo, que es altamente influenciado por el alcance y la imagen pública de sus participantes. En “Marketing Deportivo” de Ferrand, Torrigiani y Camps (2007), se destaca que las alianzas estratégicas deportivas no solo promueven el deporte en sí, sino que también permiten que los patrocinadores ganen exposición y mejoren su imagen pública al asociarse con valores positivos como el trabajo en equipo, la dedicación y la resiliencia. Estas alianzas también se consideran fundamentales para la sostenibilidad de muchos proyectos deportivos, ya que muchas veces el financiamiento proviene de colaboraciones entre el sector público y privado, permitiendo la organización de competencias, la obtención de equipos y la creación de oportunidades para el desarrollo de atletas y comunidades enteras.

### **20.2 Identificación de Alianzas Estratégicas Potenciales**

Para identificar alianzas estratégicas potenciales para el Club Deportivo de Deporte Adaptado de Viña del Mar, es clave enfocarse en instituciones gubernamentales, entidades académicas y medios de comunicación, así como en fundaciones y organizaciones no gubernamentales que compartan los valores del club y su misión de inclusión y desarrollo. Algunas opciones estratégicas son:

#### **I. Organizaciones Gubernamentales y Municipales**

Las alianzas con organizaciones gubernamentales y municipales son fundamentales para garantizar el respaldo institucional y acceso a recursos y programas públicos. Estas instituciones, como la municipalidad de Viña del Mar y el ministerio del Deporte, pueden proporcionar infraestructura, permisos y financiamiento a través de programas diseñados para apoyar el deporte adaptado e inclusivo.

## II. Entidades Académicas y Universidades

Las alianzas con universidades e instituciones académicas abren posibilidades para la investigación, la formación de talento, y el acceso a recursos humanos capacitados. A través de convenios con universidades como la Universidad de Viña del Mar (UVM) y la Universidad de Valparaíso, el club podría beneficiarse de deportes en áreas técnicas y científicas aplicadas al deporte.

## III. Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son un aliado estratégico en la visibilización de las actividades del club y en la sensibilización de la comunidad. La cobertura en medios locales permite promover el deporte adaptado y dar a conocer las competencias y logros de los atletas, generando un impacto positivo en la percepción pública del deporte adaptado.

## IV. Fundaciones y Organización No Gubernamentales

Las ONGs y fundaciones son aliadas clave en la promoción de la inclusión y la sensibilización sobre el deporte adaptado. Organizaciones como la Fundación Teletón tienen un enfoque en el trabajo con personas en situación de discapacidad, lo cual permite generar un impacto social positivo y fortalecer la base de apoyo al deporte adaptado.

### **20.3 Evaluación de Alineación con los Valores del Club**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado se caracteriza por su dedicación a promover la integración social y el bienestar de personas en situación de discapacidad, brindando oportunidades igualitarias a través del deporte. Para construir relaciones que fortalezcan y reflejen estos principios, es fundamental que la empresa de aliadas comparta o respete los valores esenciales que guían la labor del club. A continuación, se presentan los valores claves que se considerarán en la evaluación de esta alineación.

I. Compromiso con la inclusión:

Este valor se centra en la promoción de igualdad de oportunidades para todos, sin importar sus capacidades. Las empresas que valoran la inclusión y diversidad como parte de su cultura corporativa se alinean bien con esta misión.

II. Respeto y dignidad:

El respeto y la dignidad hacia cada deportista son esenciales, reflejando el compromiso con la ética y el trato justo. Las empresas que valoran el respeto hacia sus empleados y clientes, promoviendo ambientes de trabajo éticos y justos, serían ideales para apoyar al club.

III. Esfuerzo y Superación:

La perseverancia y la dedicación para superar barreras son valores fundamentales en el deporte adaptado. Empresas que promueven la residencia, el trabajo en equipo y el esfuerzo continuo son buenos candidatos.

IV. Compromiso social:

La vocación por el servicio a la comunidad que es fundamental en el deporte paralímpico. Las empresas que tienen un fuerte enfoque de responsabilidad social corporativa, con programas dedicados a apoyar causas sociales, especialmente aquellas que incluyen a personas en situación de discapacidad, muestran una alineación sólida con este valor.

V. Solidaridad y colaboración:

La solidaridad y el apoyo mutuo son esenciales para el deporte adaptado, ya que permiten el crecimiento conjunto y el apoyo en equipo. Las empresas que valoran la colaboración, tanto interna como externamente, pueden aportar a la construcción de una cultura de apoyo que fomente el desarrollo de los deportistas.

## 21. Alianzas Estratégicas y sus aportes al Club

El club cuenta con el respaldo de dos instituciones que contribuyen al desarrollo y fortalecimiento de sus actividades, tanto en el ámbito de entrenamiento como en la gestión y promoción del deporte adaptado. A continuación, se describen las 2 principales alianzas estratégicas que apoyan al Club Deportivo Adaptado de Viña del Mar.

### I. Universidad Viña del Mar

Esta entidad nos proporciona cancha una vez por semana, balones de fútbol y nos facilita difundir la actividad para generar una red de voluntarios de la Escuela de Ciencias de la Salud, para apoyar nuestros entrenamientos. Años anteriores financiaba además la participación competitiva con traslado y alojamiento. Posterior a la pandemia, ese financiamiento fue retirado.

### II. Escuadrón Pillan de la Fuerza Aérea de Chile

Esta agrupación, a la cual pertenece un apoderado del equipo, ha apoyado históricamente al club desde el año 2017 con indumentaria deportiva para los entrenamientos. Este año, además, financió las camisetas oficiales de competencia.

## 22. Esfuerzos necesarios para conseguir Alianzas Estratégicas para el Club

A continuación, se presenta una tabla con los datos resumidos sobre los esfuerzos necesarios para conseguir alianzas estratégicas para el club, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| <b>Categoría</b>                                   | <b>Costos Estimados</b> | <b>Tiempo Estimado</b> |
|----------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Investigación y selección de instituciones aliadas | \$500,000 - \$1,500,000 | 3 a 6 semanas          |
| Desarrollo de propuesta de valor estratégica       | \$800,000 - \$3,000,000 | 2 a 4 semanas          |
| Presentación y Contacto Institucional              | \$300,000 - \$1,000,000 | 4 a 8 semanas          |
| Negociaciones de términos de colaboración          | \$400,000 - \$1,500,000 | 3 a 8 semanas          |
| Formalización y firma de convenio                  | \$500,000 - \$1,200,000 | 2 a 5 semanas          |

|                                                  |                         |                                               |
|--------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------|
| Implementación de la alianza                     | \$600,000 - \$2,000,000 | 3 a 6 meses                                   |
| Evaluación de impacto y reportes de colaboración | \$300,000 - \$800,000   | Continuo, reportes trimestrales o semestrales |
| Renovación o expansión de la alianza             | \$200,000 - \$500,000   | 2 a 4 semanas                                 |

*Fuente: Propia*

#### I. Investigación y selección de instituciones aliadas

- a. Esfuerzo necesario: Identificar y seleccionar instituciones gubernamentales, académicas, de salud y de comunicaciones que compartan los valores y objetivos del club. Crear una base de contacto, área de interés y de colaboración de cada institución.
- b. Costos estimados: la contratación de plataformas de networking especializadas, bases de datos institucionales, o servicios de consultoría puede costar entre \$500.000 y \$1.500.000, dependiendo de la profundidad de la investigación. (Universidad de Chile, 2016).
- c. Tiempo estimado: de 3 a 6 semanas. La identificación y selección de instituciones requieren un análisis exhaustivo de posibles aliados, lo que implica investigar el alineamiento de sus valores, objetivos y capacidades. Además, la recopilación de información, el establecimiento de contactos iniciales y la creación de una base de datos de instituciones potenciales puede tardar varias semanas. Este tiempo también contempla posibles demoras en obtener la información y coordinar entrevistas preliminares. (Competize, (n.d)).

Por otro lado, el club podría designar a un responsable para facilitar y gestionar la creación de estos lazos, lo cual podría implicar la contratación de un coordinador de relaciones externas con un salario estimado de \$800.000 mensuales.

## II. Desarrollo de propuesta de valor estratégica

- a. Esfuerzo necesario: elaborar una propuesta de valor que resalte los beneficios a nivel institucional, como visibilidad social, integración comunitaria y cumplimiento de objetivo de responsabilidad social. Incluir una descripción detallada de los objetivos compartidos y el impacto social de la alianza.
- b. Costos estimados: Si se requiere contratar a un especialista en comunicación corporativa o diseño estratégico, el costo puede oscilar entre \$800.000 y \$3.000.000, dependiendo de la calidad y personalización de la propuesta. (Emprendamos Juntos, (n.d)).
- c. Tiempo estimado: De 2 a 4 semanas. La elaboración de una propuesta de valor estratégica implica reunir datos relevantes y crear un documento convincente que resalte los beneficios de la alianza. Se necesita tiempo para coordinar con expertos en comunicación y diseño, integrar aportes de diferentes áreas del club y ajustar el contenido a las expectativas de las instituciones objetivo. El tiempo puede extenderse dependiendo de la personalización y los elementos visuales que se incluyan. (Competize, (n.d)).

## III. Presentación y Contacto Institucional

- a. Esfuerzo necesario: Programar y realizar presentaciones personalizadas para cada institución, incluyendo reuniones y visitas presenciales, según sea posible. Es importante destacar el impacto social del club y su contribución a la inclusión y visibilidad del deporte adaptado.
- b. Costos estimados: los costos de transporte, organización de reuniones y materiales y de presentación pueden estar entre \$300.000 y \$1.000.000, dependiendo de la frecuencia y los medios de presentación y utilidad utilizados. (Universidad de Chile, 2016).
- c. Tiempo estimado: De 4 a 8 semanas. Las presentaciones personalizadas requieren preparación cuidadosa, coordinación de agendas y la realización de reuniones y visitas. Este proceso incluye la adaptación de materiales de presentación y el seguimiento de cada contacto. La agenda institucional de los

potenciales aliados y la necesidad de mantener múltiples reuniones para concretar compromisos pueden extender el tiempo necesario. (Fuente: Emprendamos Juntos, (n.d)).

#### IV. Negociaciones de términos de colaboración

- a. Esfuerzo necesario: definir y acordar los términos específicos de colaboración, tales como áreas de apoyo, beneficios mutuos, duración de la alianza y condiciones de exclusividad. Pueden requerir coordinación entre departamentos o entidades de cada institución.
- b. Costos estimados: La asesoría legal o consultoría especializada para estructurar términos de colaboración puede costar entre \$400.000 y \$1.500.000, dependiendo de la complejidad del acuerdo y los profesionales involucrados. (Bombo Marketing, (n.d)).
- c. Tiempo estimado: De 3 a 8 semanas. Las negociaciones pueden prolongarse debido a la revisión detallada de los términos propuestos por ambas partes. Que incluye acuerdos sobre áreas de apoyo, duración de la alianza y condiciones específicas. Además, la coordinación entre departamentos y la participación de asesores legales o financieros para garantizar un acuerdo beneficioso para ambas partes pueden requerir tiempo adicional. Las revisiones y ajustes durante este proceso también contribuyen a la variabilidad en el plazo. (Universidad de Chile, 2016).

#### V. Formalización y firma de convenio

- a. Esfuerzo necesario: Redactar y formalizar un convenio de colaboración que contemple los objetivos, responsabilidades y beneficios de ambas partes, garantizando la claridad en el alcance de la alianza y en los compromisos asumidos.
- b. Costos estimados: La contratación de un abogado o servicio legal para la redacción y revisión del convenio puede costar entre \$500.000 y \$1.200.000, dependiendo de los requerimientos específicos. (Competize, (n.d)).

- c. Tiempo estimado: De 2 a 5 semanas. La redacción y revisión de un convenio formal puede tomar tiempo, especialmente cuando se involucra asesoría legal para asegurar que todos los términos y responsabilidades estén claramente definidos. También se debe de considerar el tiempo de revisión y aprobación por ambas partes, así como la disponibilidad de las firmas necesarias. (Emprendamos Juntos, (n.d)).

## VI. Implementación de la alianza

- a. Esfuerzo necesario: Implementar las acciones acordadas, que pueden incluir la presencia de la institución en eventos, capacitación o asesoramiento técnico para el club y desarrollo de campañas conjuntas de visibilidad y sensibilización.
- b. Costos estimados: La producción de materiales, organización de eventos y ejecución de campañas puede requerir una inversión entre \$600.000 y \$2.000.000, según la magnitud y frecuencia de las actividades. (Universidad de Chile, 2016).
- c. Tiempo estimado: De 3 a 6 meses. La implementación incluye la ejecución de actividades conjuntas, integración de la presencia de la organización aliada en el material del club y desarrollo de campañas de sensibilización. Esta etapa es prolongada porque implica la planificación, coordinación y seguimiento de las actividades a lo largo de varios meses para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos. (Competize, (n.d)).

## VII. Evaluación de impacto y reportes de colaboración

- a. Esfuerzo necesario: Medir y analizar el impacto de la alianza, tanto en términos de visibilidad como en resultados específicos acordados, y elaborar reportes detallados para la institución aliada.
- b. Costos estimados: La contratación de servicio de análisis y elaboración de reportes puede implicar costos entre \$300.000 y \$800.000, dependiendo de la frecuencia de los reportes y el detalle de análisis requerido. (Bombo Marketing, (n.d)).

- c. Tiempo estimado: Continúo, con reportes parciales trimestrales o semestrales. La medición del impacto de la alianza y la elaboración de reportes detallados requieren tiempo constante, ya que involucran la recopilación y análisis de datos sobre visibilidad, participación y resultados específicos. La preparación de cada informe puede tomar de 1 a 2 semanas, dependiendo del nivel de detalle y la frecuencia de los reportes acordados. (Emprendamos Juntos, (n.d)).

#### VIII. Renovación o expansión de la alianza

- a. Esfuerzo necesario: Al final del periodo, negociar una posible renovación o expansión de la alianza, adaptando los términos a los resultados obtenidos y a las nuevas necesidades de ambas partes.
- b. Costo estimado: Este proceso puede involucrar costos adicionales en términos de tiempo de personal y ajuste de documentos de acuerdo, estimados entre \$200.000 y \$500.000. (Competize, (n.d)).
- c. Tiempo estimado: De 2 a 4 semanas. La negociación para la renovación o expansión de la alianza implica evaluar los resultados obtenidos, revisar términos y acordar ajustes necesarios. La duración puede variar según la disponibilidad de ambas partes y la complejidad de las adaptaciones a los nuevos términos. (Bombo Marketing, (n.d)).

### **22.1 Estudio de Mercado de posibles Alianzas Estratégicas**

El estudio de mercado se enfoca en identificar instituciones y organizaciones que puedan formar alianzas estratégicas alineadas con los valores y objetivos del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado. En la Quinta Región, particularmente en Viña del Mar y Valparaíso, existen oportunidades significativas para buscar colaboradores que no solo contribuyan con recursos, sino que también ofrezcan sinergias y apoyo a nivel institucional y comunitario para potenciar el desarrollo del club.

## I. Organizaciones Gubernamentales y Municipales

- a. Municipalidad de Viña del Mar: La colaboración con la municipalidad proporciona acceso a infraestructura como canchas de fútbol, permisos para eventos y apoyo logístico, además de programas de financiamiento y promoción del deporte adaptado en la comunidad.
- b. Ministerio del Deporte: Participa activamente en la promoción de programas que impulsan la inclusión social y el desarrollo del deporte, lo que podría traducirse en apoyo para la realización de eventos y campañas de sensibilización.

## II. Entidades Académicas y Universidades

- a. Universidad Viña del Mar: Ofrecería apoyo mediante programas de voluntariado y colaboración de proyectos de investigación que aborden aspectos técnicos y de salud en el deporte adaptado.
- b. Universidad de Valparaíso: Brinda programas de salud y asistencia terapéutica, lo que puede complementar las actividades del club con atención especializada.

## III. Medios de Comunicación

- a. El Mercurio de Valparaíso: Alianzas estratégicas con medios locales pueden aumentar la visibilidad del club y sus eventos, sensibilizando a la comunidad sobre la importancia del deporte adaptado.
- b. Radio Valparaíso: Ofrece cobertura mediática y espacios de difusión para actividades y logros del club, incrementando la presencia del deporte adaptado en la región.

#### IV. Fundaciones y Organizaciones no Gubernamentales

- a. Fundación Teletón: Una alianza estratégica con Teletón podría potenciar los esfuerzos de inclusión y acceso a actividades deportivas para personas en situación de discapacidad.
- b. Fundación Miradas Compartidas: Podría apoyar en la promoción de actividades y eventos que integren a personas en situación de discapacidad, brindando experiencia en la organización de iniciativas de inclusión.

### **22.2 Análisis de Aporte de Posibles Alianzas Estratégicas**

El presente análisis de aporte se basa en información recopilada de reuniones en línea y visitas presenciales con representantes de diversas entidades en la región. Estas interacciones permitieron obtener detalles específicos sobre el tipo de apoyo que las organizaciones pueden ofrecer al Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado y cómo estos aportes impactarían positivamente en la gestión y operatividad del club. A continuación, se describe el potencial de colaboración con organizaciones gubernamentales, académicas, medios de comunicación y fundaciones, destacando los beneficios económicos y logísticos que podrían derivarse de estas alianzas estratégicas. Para más detalles, se incluye en el Anexo N°2 una tabla con información resumida de las entrevistas realizadas, detallando sobre cómo se llevaron a cabo dichas entrevistas y un resumen.

#### I. Organizaciones Gubernamentales y Municipales

- a. Municipalidad de Viña del Mar:
  - Infraestructura y logística:
    - Contenido específico: Acceso a canchas de fútbol, gimnasios y otros espacios deportivos municipales.
    - Impacto: Permite club realizar entrenamientos y competencias sin incurrir en altos costos de alquiler, lo que representa un ahorro mensual de \$200.000 a \$400.000. Esto mejora la planificación y la

frecuencia del entrenamiento al contar con espacio garantizado y accesible.

- Apoyo Logístico:
  - Contenido específico: Colaboración en la organización de eventos deportivos, incluyendo la disposición de personal de apoyo y recursos logísticos como mesas, sillas y equipo de sonido.
  - Impacto: Contribuye a la reducción de costos operativos para eventos, representando un ahorro de 100000 a 200000 mensuales. Esto permite que el club pueda enfocar su presupuesto en otras áreas críticas, como la de compra de implementos deportivos.
- Programas de financiamiento y promoción:
  - Contenido específico: Participación en programas municipales que ofrecen financiamiento para el deporte inclusivo y campañas de promoción.
  - Impacto: Genera un ahorro de \$200.000 a \$300.000 mensuales, lo que refuerza la capacidad del club para organizar más eventos y actividades de promoción sin utilizar recursos propios.

b. Ministerio del Deporte:

- Apoyo en eventos y campañas de sensibilización:
  - Contenido específico: financiamiento parcial o total para la realización de campañas de sensibilización y eventos deportivos adaptados.
  - Impacto: este tipo de apoyo puede ahorrar al club entre \$125.000 y \$250.000 al mes, lo que permite aumentar la visibilidad del deporte adaptado y atraer a más patrocinadores o participantes sin gastos adicionales.

## II. Entidades Académicas y Universidades

a. Universidad Viña del Mar

- Programas de voluntariado:

- Contenido específico: participación de estudiantes en la asistencia a entrenamientos, eventos y apoyo administrativo.
- Impacto: Reducen los costos de contratación de personal de apoyo, lo que representa un ahorro de \$42.000 a \$100.000 mensuales y contribuye a un entorno de aprendizaje mutuo entre los estudiantes y los atletas.
- Proyectos de Investigación:
  - Contenido específico: estudios técnicos y evaluaciones científicas en áreas de salud y rendimiento deportivo.
  - Impacto: Proporciona acceso a conocimientos especializados sin costos adicionales, lo cual se traduce en un ahorro de \$80.000 a \$200.000 mensuales. Esto permite que el club optimice sus entrenamientos y programas de salud basados en datos y estudiantes recientes.

b. Universidad de Valparaíso:

- Programas de salud y asistencia terapéutica
  - Contenido específico: servicio de atención médica, fisioterapia y programa de rehabilitación para los atletas.
  - Impacto: Representa un ahorro de \$150.000 a \$300.000 mensuales, mejorando la salud y el rendimiento de los deportistas y reduciendo la necesidad de buscar servicios externos que podrían ser costosos.

### III. Medios de Comunicación

a. El Mercurio de Valparaíso:

- Aumento de visibilidad
  - Contenido específico: Publicación de artículos, cobertura de eventos y reportajes sobre el club.
  - Impacto: Ayuda a generar una mayor presencia mediática, lo que representa un ahorro en publicidad de \$250.000 a \$500.000

mensuales. Esto incrementa la visibilidad del club y atrae más oportunidades de patrocinio y apoyo.

b. Radio Valparaíso:

- Cobertura mediática
  - Contenido específico: espacio de difusión en programa de radio para anunciar eventos y logros del club.
  - Impacto: Un ahorro de \$80.000 a \$250.000 mensuales, permitiendo al club promover su actividad sin costos publicitarios directos.

IV. Fundaciones y Organizaciones no Gubernamentales

a. Fundación Teletón:

- El apoyo en actividades y acceso a recursos especializados
  - Contenido específico: Participación en programas de inclusión, acceso a recursos terapéuticos y colaboración en actividades comunitarias.
  - Impacto: Un ahorro de \$160.000 a \$400.000 mensuales, lo que mejora la capacidad del club para ofrecer más servicios y actividades adaptadas sin incurrir en costos adicionales.

b. Fundación Miradas Compartidas:

- La organización y promoción de eventos inclusivos
  - Contenido específico: colaboración de la organización y promoción de eventos, incluyendo planificación y ejecución.
  - Impacto: Un ahorro de \$100.000 a \$200.000 mensuales, facilitando la realización de eventos de mayor calidad y alcance sin gastos significativos en promoción y logística.

## 22.3 Conclusión Comparativa de Gastos y Aportes de Alianzas Estratégicas

El análisis de los gastos operativos actuales del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado, en contraste con los potenciales ahorros derivados de las alianzas estratégicas, demuestra un impacto económico y funcional significativo que fortalecería la sostenibilidad y la capacidad del club.

- I. Arriendo de Canchas e Infraestructura: Actualmente, el club paga un arriendo mensual de \$160.000 por el uso de canchas.
  - a. Aporte de la municipalidad de Viña del Mar: el acceso gratuito a infraestructuras deportivas, como canchas y gimnasios, podría representar un ahorro mensual de \$200.000 a \$400.000. Además, el apoyo logístico y la organización de eventos suman un ahorro adicional de \$100.000 a \$200.000 mensuales.
  - Impacto: La eliminación de estos costos permitiría al club redirigir estos fondos hacia otras varias críticas, como el desarrollo de nuevos programas y la compra de implementos deportivos.
- II. Programas de Salud y Servicios Terapéuticos: en términos de atención médica, fisioterapia y programas de rehabilitación, el club podría beneficiarse significativamente.
  - a. Aporte de Universidad de Valparaíso: los programas de salud y asistencia terapéutica, valorados entre \$150.000 a \$300.000 mensuales, ofrecen servicios que mejoran la recuperación y rendimiento de los atletas.
  - Impacto: Este ahorro reduce la dependencia de servicios externos, optimizando el presupuesto del club y asegurando la continuidad del cuidado especializado de los deportistas.
- III. Visibilidad y promoción: El club incurre en costos relacionados con la publicidad y la promoción de sus actividades.
  - a. Aporte del Mercurio de Valparaíso: podría proporcionar una cobertura mediática valorada en \$250.000 a \$500.000.

- b. Aporte de Radio Valparaíso: podría contribuir con un ahorro de publicidad de \$80.000 a \$250.000.
  - Impacto: Esta colaboración incrementa la presencia mediática del club, lo que atrae a patrocinadores y aumenta el apoyo comunitario sin necesidad de gastar en publicidad directa.
- IV. Aporte de programa y servicio académico: El club se beneficiará de la colaboración académica y el apoyo de estudiantes voluntarios.
  - a. Aporte de la Universidad de Viña del Mar: Los programas de voluntariado generan un ahorro mensual de \$42.000 a \$100.000, reduciendo los costos de contratación de personal. Por otro lado, los proyectos de investigación proporcionan un ahorro de \$80.000 a \$200.000, aportando conocimientos técnicos aplicados a los entrenamientos y la salud de deportistas.
  - Impacto: Estos programas no sólo representan un ahorro económico, sino que también enriquecen el entorno de aprendizaje y mejoran la estrategia de entrenamiento.
- V. Organización y promoción de eventos: El club enfrenta costos significativos al organizar eventos deportivos y actividades comunitarias.
  - a. Aportes de Fundación Teletón: El acceso a recursos terapéuticos y apoyo en actividades supone un ahorro de \$160.000 a \$400.000 mensuales.
  - b. Aparte de Fundación Miradas Compartidas: La colaboración en la organización y promoción de eventos representa un ahorro de \$100.000 a \$200.000 mensuales.
  - Impacto: Tus ahorros permiten al club realizar eventos de mayor calidad y alcance, fortaleciendo la participación comunitaria y la inclusión sin recurrir a gastos adicionales.

El análisis muestra que las alianzas estratégicas con estas entidades podrían representar un ahorro mensual acumulado de entre \$932.000 y \$2.250.000, dependiendo del nivel y tipo de apoyo recibido. Esto aliviaría significativamente la carga financiera del club y permitiría

mejorar la planificación y ejecución de actividades, brindando más servicios de calidad a los atletas y promoviendo la inclusión en la comunidad.

## **23. Planificación a un año para el Establecimiento de Alianzas Estratégicas**

### **I. Primeros 3 meses: Investigación y selección de instituciones aliadas.**

- a. Identificar instituciones gubernamentales, académicas, de salud y comunicaciones que compartan los valores del club.
- b. Crear una base de datos con contactos relevantes, áreas de interés y posibles colaboraciones.
- c. Designar un responsable interno o contratar un coordinador de relaciones externas para liderar el proceso.

Resultado esperado: Una base de datos estratégica que priorice instituciones con mayor potencial de colaboración.

### **II. Meses 4 a 6: Desarrollo de propuestas de valor estratégicas.**

- a. Elaborar propuestas personalizadas que resalten los beneficios institucionales, el impacto social y comunitario del club.
- b. Diseñar documentos visuales y atractivos, alineados con los objetivos del club y las instituciones.

Resultado esperado: Propuestas claras, visualmente atractivas y adaptadas a las instituciones objetivo.

### **III. Meses 7 a 9: Presentación y contacto institucional.**

- a. Realizar presentaciones personalizadas para cada institución, destacando el impacto social del club.
- b. Coordinar reuniones y visitas, según sea necesario, para fortalecer los lazos y discutir posibles colaboraciones.

Resultado esperado: Contacto directo y compromiso inicial de instituciones aliadas interesadas.

### **IV. Meses 10 a 12: Negociaciones de término de colaboración**

- a. Definir términos específicos de colaboración, como área de apoyo, beneficios mutuos, duración de la alianza y exclusividad.
- b. Contar con asesoría legal o consultoría especializada para estructurar acuerdos claros.

Resultado esperado: Acuerdos formales y beneficiosos para ambas partes.

Posterior al año, se inicia la implementación de la alianza, la cual requiere de 3 a 6 meses adicionales. En esta fase, se ejecutan las acciones acordadas, como la participación de la institución aliada en eventos, el desarrollo de campañas de sensibilización y la interacción de la marca aliada en materiales promocionales. Paralelamente, comienza el proceso de evaluación de impacto y reportes de colaboración, que se realiza de manera continua, con reportes trimestrales o semestrales, los cuales toman de 1 a 2 semanas cada uno. Este monitoreo asegura que ambas partes puedan medir los beneficios de la alianza y realizar ajustes para maximizar su efectividad. Al finalizar este periodo, se procede con la renovación o expansión de la alianza, un proceso que toma de 2 a 4 semanas y que incluye la renegociación de términos, la evaluación de resultados y la exploración de nuevas áreas de colaboración. El tiempo total estimado sería entonces de entre 14 a 18 meses para completar todas las etapas, desde la identificación inicial hasta la posible renovación o ampliación de la alianza

## **24. Desarrollo Plan Piloto de Alianza Estratégica - Club de Deporte Adaptado**

### **I. Introducción**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado tiene como misión principal fomentar la inclusión social y el bienestar a través de deporte adaptado. Buscamos contribuir a alianzas estratégicas con entidades que compartan nuestra visión y deseen contribuir al crecimiento del deporte inclusivo en la comunidad. Estas alianzas no solo beneficiarán al club, sino que también ofrecerán a las instituciones colaboradoras una plataforma para demostrar su compromiso con la inclusión y el desarrollo comunitario.

### **II. Valores del Club**

El club deportivo se caracteriza por su dedicación a promover la integración social y al bienestar de personas en situación de discapacidad, brindando oportunidades igualitarias a través del deporte. Para construir relaciones que fortalezcan y reflejen estos principios, es fundamental que las organizaciones aliadas compartan o respeten los valores esenciales que guían la labor del club. A continuación, se presentan los valores clave que se considerarán en la evaluación de esta alineación:

- a. Compromiso con la inclusión: Este valor se centra en la promoción de igualdad de oportunidades para todos, sin importar sus capacidades. Las organizaciones que valoran la inclusión y la diversidad como parte de su cultura corporativa se alinean bien con esta misión.
- b. Respeto y dignidad: El respeto y la dignidad hacia cada deportista son esenciales, reflejando el compromiso con la ética y el trato justo. Las organizaciones que valoran el respeto hacia sus empleados y clientes, promoviendo un ambiente de trabajo ético y justo, serían ideales para apoyar al club.
- c. Esfuerzo y superación: La perseverancia y la dedicación para superar barreras son valores fundamentales en el deporte adaptado. Las organizaciones que promueven la resiliencia, el trabajo en equipo y el esfuerzo continuo son buenos candidatos para una alianza estratégica.
- d. Compromiso Social: La vocación por el servicio a la comunidad es fundamental en el deporte paralímpico. Las organizaciones con un fuerte enfoque en la responsabilidad social corporativa, con programas dedicados a apoyar causas sociales, especialmente aquellas que incluyen a personas en situación de discapacidad, muestran una alineación sólida con este valor.
- e. Solidaridad y colaboración: La solidaridad y el apoyo mutuo son esenciales para el deporte adaptado. Las organizaciones que valoran la colaboración, tanto interna como externamente, pueden contribuir a la construcción de una cultura de apoyo que fomente el desarrollo de los deportistas.

### III. Público Objetivo

- a. Instituciones Gubernamentales y Municipales: que buscan fomentar la inclusión y la participación deportiva de la comunidad.

- b. Universidades y centros de investigación: interesados en proyecto de estudio y prácticas relacionadas con el deporte adaptado,
- c. Medios de comunicación: que se deben apoyar es mover causas inclusivas a través de la cobertura de actividades y eventos deportivos.
- d. Fundaciones: comprometidas con la inclusión social y la mejora de la calidad de vida de personas en situación de discapacidad.

#### IV. Oportunidades de Alianza Estratégica:

- a. Alianza Institucional Completa
  - Participación en el desarrollo de programas de inclusión y eventos deportivos.
  - Visibilidad en todas las plataformas digitales y medios de comunicación asociados al club.
- b. Alianza Académica y de Investigación
  - Acceso a proyectos de investigación conjunta en áreas como salud, tecnología deportiva y rehabilitación.
  - Participación en programas de formación de talento y prácticas profesionales.
  - Visibilidad y reconocimiento en publicaciones académicas
- c. Alianza de Medios de Comunicación
  - Cobertura de eventos y actividad del club en medios locales.
  - Colaboración en campaña de sensibilización y promoción de deporte adaptado.
  - Menciones y participación en contenidos creados por el club, como entrevistas y documentales.
- d. Alianzas con fundaciones
  - Desarrollo conjunto de programas y eventos inclusivos.
  - Promoción de la causa y actividad del club en las plataformas de la fundación.

V. Beneficios para los Aliados Estratégicos

- a. Visibilidad y Reconocimiento: presencia destacada en actividades del club y en campaña de sensibilización social.
- b. Cumplimiento de objetivos de RSC: participar en una alianza estratégica con el club ayuda a las instituciones a demostrar su compromiso con la responsabilidad social.
- c. Acceso a programas de investigación y desarrollo: posibilidad de colaborar en estudios y proyectos relacionados con el deporte adaptado.
- d. Reputación positiva: asociarse a un club que promueve valores de inclusión y superación mejora la percepción pública de la organización.
- e. Conexiones estratégicas: Interacción con otras instituciones comprometidas con la inclusión y el desarrollo deportivo.

VI. Plan de Activación de la Alianza Estratégica:

- a. Anunció la alianza: presentación pública de la colaboración mediante publicaciones en redes sociales y notas en medios de comunicación.
- b. Integración de la organización aliada: hoy inclusión del nombre y el logo en el material oficial del club, como uniformes, sitio web y equipamiento.
- c. Actividades exclusivas: Organización de eventos y actividades conjuntas que permiten a los aliados estratégicos interactuar directamente con la comunidad y los deportistas.

VII. Contacto: para más información y detalles sobre la oportunidad de colaboración, puede contactarnos en

- a. Correo Electrónico: [contacto@deporteparalimpico.cl](mailto:contacto@deporteparalimpico.cl)
- b. Teléfono: +569 82031506

## **25. Conclusión de Identificación y Evaluación de Posibles Alianzas Estratégicas**

La búsqueda y gestión de alianzas estratégicas para el Club Deportivo de Deporte Adaptado de Viña del Mar implica esfuerzos significativos en términos de tiempo, inversión y planificación. Las etapas clave incluyen la investigación y selección de instituciones aliadas, la elaboración de propuestas de valor, la presentación y contacto institucional, la negociación de términos, la formalización de convenios, la implementación de las acciones acordadas y la evaluación del impacto. Estos procesos pueden implicar costos que van desde \$500,000 a \$3,000,000 en el desarrollo de propuestas y hasta \$1,500,000 en servicios de asesoría legal y estructuración de acuerdos, sumando un costo total de hasta \$10,000,000 según la complejidad de cada fase. Además, la incorporación de un coordinador de relaciones externas con un salario estimado de \$800,000 mensuales podría ser necesaria para gestionar y mantener estos vínculos estratégicos de forma efectiva. Sin embargo, los esfuerzos iniciales y la inversión se justifican ampliamente cuando se comparan con los potenciales ahorros que estas alianzas podrían generar.

Las alianzas estratégicas con entidades gubernamentales, universidades, medios de comunicación y fundaciones representan un impacto económico y funcional positivo que refuerza la sostenibilidad del club. Por ejemplo, el acceso gratuito a infraestructuras deportivas y apoyo logístico proporcionado por la Municipalidad de Viña del Mar puede representar un ahorro mensual de \$300,000 a \$600,000, mientras que los programas de salud y asistencia terapéutica de la Universidad de Valparaíso ofrecen un ahorro de \$150,000 a \$300,000. Asimismo, la colaboración con medios de comunicación como El Mercurio de Valparaíso y Radio Valparaíso incrementa la visibilidad del club, con un ahorro estimado de \$330,000 a \$750,000 en publicidad. Los programas de voluntariado e investigación de la Universidad Viña del Mar también aportan un ahorro económico de \$122,000 a \$300,000 mensuales y enriquecen la estrategia de entrenamiento con conocimiento técnico aplicado.

El apoyo de fundaciones como Teletón y Miradas Compartidas, que proporcionan recursos terapéuticos y colaboran en la organización de eventos, genera ahorros adicionales de \$260,000 a \$600,000 mensuales, lo que permite al club realizar actividades de mayor calidad sin incurrir en gastos extras. En total, las alianzas estratégicas podrían representar un ahorro

mensual acumulado de \$932,000 a \$2,250,000, aliviando significativamente la carga financiera del club y permitiéndole destinar esos recursos a mejorar la planificación y ejecución de sus actividades, y ofrecer servicios de mayor calidad a sus atletas y la comunidad.

Teniendo en cuenta los costos iniciales estimados entre \$3,500,000 y \$9,000,000 para la implementación total de estas estrategias, y un ahorro mensual potencial que varía entre \$932,000 y \$2,250,000, se estima que el club podría mitigar la inversión inicial en un periodo aproximado de 4 a 10 meses, dependiendo del nivel y tipo de apoyo recibido de las alianzas.

En conclusión, aunque la obtención de alianzas estratégicas requiere un proceso con costos y tiempo considerables, el impacto a largo plazo es incuestionable. Los ahorros generados permitirían no solo compensar la inversión inicial, sino también garantizar la sostenibilidad financiera y operativa del club, permitiéndole expandir sus programas y fortalecer su misión de inclusión y desarrollo a través del deporte adaptado.

## **26. Análisis de la Participación Comunitaria**

### **26.1 Definición de Participación Comunitaria**

La participación comunitaria se define como un proceso mediante el cual los miembros de una comunidad se involucran activamente en actividades y decisiones que afectan su entorno, buscando un impacto positivo y colaborativo. En el contexto de un club deportivo, la participación comunitaria no solo implica la presencia en eventos, sino también la contribución en la planificación, ejecución y promoción de actividades que refuercen la misión de la organización y fomenten un sentido de pertenencia y cohesión social. La participación de la comunidad es esencial para la sostenibilidad de clubes deportivos adaptados, ya que ayuda a ampliar la base de apoyo, difundir la misión del club y generar un compromiso duradero.

## **27. Nivel Actual de Participación Comunitaria en el Club**

El Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado ha demostrado un compromiso constante con la comunidad a través de su participación en diversas actividades, tales como:

- I. Capacitación a Ayudantes de la PUCV: Se realizó el día 01 de noviembre del 2024, donde el club impartió una iniciativa educativa que promueve el conocimiento y la

comprensión sobre la inclusión en el deporte adaptado. Se logró sensibilizar y capacitar a 25 estudiantes, quienes manifestaron un mayor rendimiento y compromiso hacia la inclusión en actividades deportivas.

- II. Lanzamiento de Libros sobre Discapacidad: Esta actividad se realizó el 26 de octubre del 2024, donde se participó en el lanzamiento del libro *“Deporte y Discapacidad: Caminos hacia la inclusión”*, que aborda la importancia del deporte adaptado en la sociedad. El texto mencionado reúne a más de 30 autores que comparten buenas prácticas y promueven el bienestar de personas en situación de discapacidad en Chile. Asimismo, este proyecto se materializa junto a la guía, edición y liderazgo de Paulina Varas y Felipe Herrera, este último académico de la Universidad Viña del Mar. El evento, organizado por Jairo Moreno y Kevin Aravena, contó con la asistencia de más de 100 personas, incluyendo académicos, deportistas y miembros del club, fortaleciendo la visibilidad del club en temas de inclusión.
- III. Eventos de Recaudación (completadas): La fecha de esta completada para el club deportivo fue el 5 de noviembre del 2024, donde el club organizó una venta de completos con el objetivo de recaudar fondos para sus actividades. Gracias a la comunidad, se vendieron más de 250 completos, recaudando fondos significativos que serán destinados a la adquisición de equipamiento deportivo y financiamiento de futuras actividades.
- IV. Difusión del Programa “Crecer en Movimiento” de IND: Se realizan colaboraciones con instituciones gubernamentales para promover la actividad física y la inclusión en la comunidad el día 4 de noviembre del 2024 donde se participó en la promoción del programa “Crecer en Movimiento” del Instituto Nacional de Deportes, que busca fomentar la actividad física en niños y jóvenes. Se logró involucrar a 50 niños y jóvenes en actividades deportivas adaptadas, promoviendo la inclusión y la actividad física desde edades tempranas.
- V. Visitas a Colegios: Eventos planificados, como las visitas durante la semana de la inclusión, que es entre el 11 y el 15 de noviembre, donde se refuerza la conciencia sobre la importancia del deporte adaptado en entornos educativos. Estas visitas son organizadas por Jairo Moreno y cuentan con la participación de todo el club, incluyendo el Equipo de Fútbol 7 Paralímpico de la Universidad Viña del Mar.

## **27.1. Identificación de Barreras para la Participación**

El análisis del nivel de participación actual revela ciertos desafíos que el club enfrenta:

- I. Estructura Organizativa Limitada: La falta de un plan estructurado de participación comunitaria puede impedir un enfoque estratégico y sostenible para involucrar a más personas.

- II. Limitaciones Financieras: La dependencia de recursos variables y la falta de financiamiento constante dificultan la organización de actividades más ambiciosas que podrían atraer a una mayor audiencia.
- III. Desconocimiento General de la comunidad: Muchas personas desconocen la existencia del club y la importancia de sus actividades, lo que limita la participación espontánea.
- IV. Infraestructura y Accesibilidad: La falta de acceso adecuado a instalaciones inclusivas puede ser obstáculo para que más personas se involucren activamente en las actividades del club.

## **27.2. Oportunidades para Aumentar la Participación**

El contexto actual también presenta varias oportunidades que pueden ser aprovechadas para fortalecer la participación comunitaria:

- I. Ampliación de Colaboraciones con Instituciones Académicas: Fomentar alianzas con universidades y colegios para crear programas conjuntos que involucren tanto a estudiantes como a profesores, incentivando el aprendizaje y la inclusión.
- II. Campañas de Sensibilización en Medios Digitales: Utilizar plataformas digitales para difundir el impacto positivo del club y atraer a nuevos miembros y colaboradores.
- III. Eventos Abiertos y de Bajo Costo: Organizar actividades como exhibiciones deportivas y charlas informativas abiertas al público, lo que puede generar un interés mayor y promover la integración de la comunidad.
- IV. Formación de Redes de Voluntariado: Crear programas de voluntariado para involucrar a la comunidad en la planificación y ejecución de eventos, aumentando el sentido de pertenencia y apoyo al club.

## **28. Propuestas de Estrategias para Fortalecer el Compromiso Comunitario**

A continuación, se presenta una tabla con los datos resumidos sobre las propuestas de estrategias para fortalecer el compromiso comunitario, mientras que el detalle completo de la información se encuentra desarrollado en la sección posterior.

| <b>Estrategia</b>                       | <b>Costo Estimado</b> | <b>Tiempo Estimado</b>                  |
|-----------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|
| Calendario Anual de Actividades         | \$500.000             | 4 a 8 semanas                           |
| Charlas y Talleres Educativos           | \$200.000 por sesión  | 2 a 3 semanas por sesión                |
| Capacitaciones a Docentes y Estudiantes | \$250.000 por taller  | 3 a 4 semanas por taller                |
| Boletines Digitales                     | \$100.000 anuales     | 1 a 2 semanas iniciales, luego continuo |
| Espacios de Diálogo Comunitario         | \$150.000 por sesión  | 2 a 3 semanas por sesión                |

*Fuente: Propia*

I. Planificación y Ejecución de un Calendario Anual de Actividades:

- Crear un calendario anual que detalla actividades de interacción comunitaria como talleres inclusivos, torneos deportivos y eventos educativos.
- a. El costo estimado es de \$500.000 que incluye gastos de planificación, diseño e impresión de materiales promocionales. (Johnson & Co., 2021)
- b. Los beneficios que tendría son el aumento en la participación en el club, lo que puede traducirse en mayores ingresos por inscripciones y patrocinios. Por otro lado, mejoraría la organización y previsión de actividades, facilitando la participación comunitaria.
- c. Tiempo estimado: 4 a 8 semanas. Este periodo incluye el análisis inicial de necesidades, la coordinación interna y externa con los actores involucrados, y la creación de un documento final que refleje las actividades planificadas. (Shannon Kilkenny, 2016).

II. Desarrollo de Programas Educativos:

- Realizar charlas y talleres en colegios y universidades para educar sobre el valor del deporte adaptado y sus beneficios para la inclusión social.
- a. El costo estimado es de \$200.000 por sesión lo que incluye honorarios de facilitadores y materiales didácticos. (EduSolutions, 2020)
- b. Los beneficios son el aumento de potencial para obtener convenios con instituciones que aporten recursos y la difusión de la importancia del deporte adaptado y la promoción de la inclusión social.
- c. Tiempo estimado: 2 a 3 semanas por sesión. Incluye el tiempo necesario para coordinar con las instituciones educativas, preparar materiales específicos y organizar la logística de las sesiones. (Neil Carter, 2018)
- Ofrecer capacitaciones a docentes y estudiantes sobre como promover la inclusión a través del deporte.
- a. El costo estimado es de \$250.000 por taller lo que cubre materiales, facilitadoras y certificaciones. (TrainCo, 2019)

- b. Los beneficios son la generación de ingresos por inscripciones y fortalecimiento de la red de colaboradores. Por otro lado, se creará un empoderamiento de educadores y estudiantes para promover la inclusión en sus entornos.
- c. Tiempo estimado: 3 a 4 semanas por taller. Considera la necesidad de diseñar contenido detallado, gestionar inscripciones y coordinar facilitadores. (David Harrison, 2017).

### III. Mejoras en la Comunicación y Promoción:

- Implementar boletines digitales para mantener informada a la comunidad sobre eventos y oportunidades de participación.
- a. El costo estimado es de \$100.000 anuales que considera plataformas de envío y diseño de contenido. (Fritz & Co. 2019)
- b. Los beneficios que crea son la fidelización de miembros y potencial aumento de donaciones. Por otro lado, se mantiene a la comunidad informada y comprometida con las actividades del club.
- c. Tiempo estimado: 1 a 2 semanas iniciales y luego continuo. El tiempo inicial se requiere para diseñar el formato del boletín, establecer la plataforma de envío y recopilar una base de datos. (Fritz, 2019)

### IV. Iniciativa a Participación:

- Crear espacios de dialogo abiertos para que los miembros de la comunidad propongan ideas y contribuyan a la planificación de nuevas actividades.
- a. El costo estimado es de \$150.000 por sesión que cubre la logística y los facilitadores. (Canon Strategies, 2018)
- b. Los beneficios son el fortalecimiento de la red de apoyo y la colaboración comunitaria. Por otro lado, ayuda en la recopilación e ideas y propuestas que enriquecen las actividades del club.
- c. Tiempo estimado: 2 a 3 semanas por sesión. Considera la planificación del espacio, la convocatoria de participantes y la moderación del diálogo. (Robin Cannon, 2018), este tipo de actividades requiere plazos similares.

## **29. Planificación a un Año para implementar Estrategias de Compromiso Comunitario**

### I. Primeros 3 meses:

- a. Planificación y ejecución del calendario anual que detalle las actividades comunitarias, como talleres inclusivos y torneos deportivos.
- b. Planificar el primer evento en torno a fechas importantes como el Día Internacional de las Personas en Situación de Discapacidad.

- II. Meses 4 a 6:
  - a. Desarrollo de programas educativos donde se realicen las primeras charlas en colegios y universidades sobre el deporte adaptado.
  - b. Ofrecer capacitaciones a docentes y estudiantes sobre cómo promover la inclusión a través del deporte.
  - c. Desarrollar la primera campaña en redes sociales y medios locales destacando historias de éxito del club.
- III. Meses 7 a 9:
  - a. Organización de eventos deportivos adaptados donde se planifique y ejecute el primer evento comunitario del deporte.
  - b. Crear sesiones de diálogo para recopilar ideas y propuestas de la comunidad.
  - c. Realizar nuevas charlas en instituciones educativas.
- IV. Meses 10 a 12:
  - a. Revisar el impacto de las actividades realizadas durante el año y ajustar el calendario para el siguiente periodo.
  - b. Organizar evento conmemorativo adicional para cerrar el año, aprovechando la experiencia adquirida.
  - c. Desarrollar otra campaña trimestral en redes sociales enfocada en los logros del año.

Las actividades pueden ejecutarse en paralelo, ajustándolas al nivel de recursos disponibles y al equipo del club.

### **30. Evaluación del Impacto de la Participación Comunitaria**

Es esencial establecer mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las actividades de participación comunitaria. Esto incluye:

- I. Encuestas de Satisfacción y Feedback: Realizar encuestas a los participantes de los eventos para recoger opiniones y sugerencias sobre cómo mejorar la experiencia.
  - a. El costo estimado de una encuesta digital es de \$50.000 a \$100.000 por año usando plataformas como Google Forms (gratuito) o servicios más avanzados como Typeform (costo mensual).
  - b. Los beneficios son la mejora de percepción del club, que puede atraer más patrocinadores y participantes. Por otro lado, se recopilan datos valiosos para identificar áreas de mejora y diseñar actividades más atractivas y efectivas.

- II. Monitoreo de Asistencia y Crecimiento: Mantener registros de la asistencia y analizar las tendencias para ajustar las estrategias de participación.
  - a. El costo estimado varía entre un software de registro digital donde el valor es entre \$100.000 a \$300.000 por año que incluye herramientas como Eventbrite o Planoly para rastreo y análisis de datos. Por otro lado, está el método manual, que es un costo de \$20.000 por evento, el que incluye el uso de hojas de asistencia y personal encargado de registrar datos.
  - b. Los beneficios son la identificación de actividades exitosas que se pueden replicar, maximizando ingresos en futuros eventos y el análisis de tendencia que ayuda a enfocar esfuerzos en actividades más populares o mejor recibidas.
- III. Indicadores de Compromiso: Evaluar el número de voluntarios recurrentes, la participación en reuniones de planificación y la interacción en redes sociales como indicadores del nivel de compromiso comunitario.
  - a. El costo estimado de monitoreo de redes sociales es de entre \$150.000 a \$250.000 por año, el que incluye herramientas como Hootsuite o Socialbakers para analizar interacciones y crecimiento en redes sociales. Por otro lado, el costo estimado para la gestión de voluntarios es de entre \$100.000 a \$200.000 por año, donde incluye la formación, registro y seguimiento de estos.
  - b. Los beneficios son la mayor fidelización de voluntarios que reduce costos de reclutamiento y el incremento de interacción en redes sociales que puede atraer más patrocinadores y donaciones.

### **31. Conclusión de Análisis de la Participación Comunitaria**

La sostenibilidad financiera del Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado depende significativamente de su capacidad para fomentar y fortalecer la participación comunitaria. El análisis realizado evidencia que la participación comunitaria no sólo contribuye a la generación de recursos, sino que también refuerza la misión inclusiva del club, amplía su base de apoyo y mejora su visibilidad en la sociedad.

La participación de los voluntarios es un elemento fundamental dentro del apoyo comunitario al club deportivo de Viña del Mar de deporte adaptado, ya que permite optimizar significativamente los recursos humanos y financieros del club. Por ejemplo, contar con voluntarios reduce la necesidad de contratar personal para la organización y ejecución de eventos y actividades, lo que implica un ahorro importante en cuanto a operativos. Además, los voluntarios aportan no sólo su tiempo, sino también sus habilidades y compromiso, lo que enriquece las actividades del club y refuerza su capacidad de llevar a cabo iniciativas de mayor impacto. Este apoyo es invaluable, ya que permite al club canalizar los recursos ahorrados hacia otras áreas críticas, como la adquisición de equipamiento deportivo o la creación de nuevos programas inclusivos. Asimismo, el trabajo voluntario fomenta un sentido de pertenencia y colaboración en la comunidad, fortaleciendo las redes sociales que

respaldan la misión del club y consolidando su sostenibilidad a largo plazo. Por tanto, el apoyo de los voluntarios no sólo es un pilar esencial para las operaciones diarias del club, sino también un motor clave para su crecimiento y la realización de su visión inclusiva.

El club ha demostrado un compromiso sólido con la comunidad a través de actividades como capacitaciones, eventos de sensibilización, campañas educativas y recaudación de fondos, lo que ha permitido una conexión positiva con diferentes segmentos de la sociedad. Estas acciones han generado beneficios sociales claros, como la sensibilización sobre la inclusión, el fortalecimiento de redes comunitarias y el procesamiento de diferentes grupos, desde estudiantes hasta voluntarios. Sin embargo, enfrenta barreras estructurales, financieras y de desconocimiento que limitan su alcance y efectividad. Estas barreras resaltan la necesidad de una estrategia estructurada y sostenible que garantice un impacto duradero.

Un análisis de costos y beneficios asociados a las estrategias propuestas destaca que, aunque muchas de las iniciativas implican inversiones iniciales significativas, hoy los beneficios a largo plazo superan ampliamente los costos. Por ejemplo, hoy el desarrollo de un calendario anual de actividades tiene un costo estimado de \$500.000, pero puede generar ingresos adicionales por inscripciones y donaciones, además de mejorar la organización y previsión de las actividades. Del mismo modo, las campañas en redes sociales, con un costo aproximado de \$400.000 por campaña trimestral, pueden incrementar la visibilidad del club, atrayendo nuevos patrocinadores y miembros, lo que se traduce en recursos financieros y humanos sostenibles.

Las iniciativas educativas, como talleres y capacitaciones, también presentan un alto potencial de retorno. Con un costo promedio de \$200.000 a \$250.000 por sesión, estas actividades no solo generan ingresos directos, sino que también fortalecen alianzas estratégicas con instituciones académicas y fomentan una mayor comprensión social sobre el deporte adaptado. Esto, a su vez, abre oportunidades para convenios y aportes de recursos por parte de estas entidades.

En términos de impacto comunitario, los eventos abiertos y programa de voluntariado no solo fomentan la empatía y el entendimiento hacia las personas en situación de discapacidad, sino que también fortalecen la red de apoyo para el club. Esto reduce la dependencia de recursos externos y mejora la sostenibilidad a lo largo plazo. El monitoreo de indicadores como la asistencia, el crecimiento en redes sociales y el número de voluntarios recurrentes, aunque tiene costos asociados, permite optimizar esfuerzos en actividades que generan mayor impacto, minimizando así el retorno de la inversión.

En definitiva, el fortalecimiento de la situación comunitaria no solo es un pilar para la generación de recursos, sino que también posiciona al club como un actor clave en la promoción de la inclusión y el deporte adaptado. Las estrategias propuestas, al equilibrar costos y beneficios, son herramientas viables y sostenibles que permitirán al club consolidarse como un referente en su ámbito, garantizando su crecimiento y proyección futura. Por tanto, invertir en esta estrategia no sólo es altamente beneficioso para el club, sino también esencial para asegurar su impacto positivo en la comunidad.

## **32. Recomendaciones Finales para el Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado**

El club deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado enfrenta el desafío de consolidar su sostenibilidad financiera y operativa para continuar promoviendo la inclusión social a través del deporte adaptado. En este contexto, se plantean estrategias que abordan áreas clave: diversificación y optimización de fuentes de ingreso, fortalecimiento de relaciones con sponsors, desarrollo de alianzas estratégicas e incremento de la participación comunitaria. Estas propuestas tienen como objetivo garantizar la estabilidad económica del club, fomentar el compromiso de la comunidad y los patrocinadores, y proyectar un crecimiento sostenible que permita maximizar su impacto social. A través de la implementación de estas estrategias, el club no sólo podrá superar los retos financieros actuales, sino también consolidarse como un referente regional en el deporte adaptado, ofreciendo oportunidades inclusivas y de calidad para personas en situación de discapacidad.

### **I. Diversificación y Optimización de Fuentes de Ingresos**

- a. Establecimiento de Membresías Sostenibles
  - Implementar beneficios adicionales para socios, como acceso exclusivo a eventos o material promocional del club, que incentiven el pago regular.
- b. Uso estratégico de Leyes y Fondos Públicos
  - Aprovechar la Ley de Donaciones Deportivas para atraer empresas que busquen beneficios tributarios, diseñando proyectos claros y con alta viabilidad.
  - Postular consistentemente a fondos como FONDEPORTE y FONAPI, asegurando cumplir con los criterios de impacto comunitario y social.
- c. Campañas de Crowdfunding y Donaciones Online
  - Crear campañas narrativas que cuenten historias de impacto personal y colectivo del club, utilizando plataformas como LetsFand.
  - Integrar el uso de redes sociales con contenido audiovisual de calidad para maximizar el alcance y las donaciones.

### **II. Fortalecimiento de Relaciones con Sponsors**

- a. Identificación de Sponsors Estratégicos
  - Focalizar en empresas del sector salud, deporte e inclusión que compartan valores con el club.
  - Proponer colaboraciones de alto impacto social que incluyan visibilidad para los sponsors mediante branding en eventos, equipamiento y redes sociales.
- b. Alineación de Valores con los Patrocinadores
  - Establecer acuerdos con empresas que tengan políticas de responsabilidad social empresarial enfocadas en inclusión y bienestar.

- Priorizar sponsors comprometidos con la igualdad de oportunidades y sostenibilidad a largo plazo.
- c. Programas de Patrocinio en Especie
  - Fomentar la donación de implementos deportivos y servicios (kinesiología, transporte, etc), reduciendo costos operativos.

### III. Desarrollo de Alianzas Estratégicas

- a. Vinculación con Universidades y Centros de Investigación
  - Establecer convenios con instituciones académicas para recibir apoyo técnico en áreas como diseño de campañas, análisis financiero y gestión deportiva.
  - Colaborar en proyectos de investigación relacionados con el deporte adaptado, lo que podría abrir nuevas fuentes de financiamiento.
- b. Alianzas con Gobiernos Locales y Municipales
  - Trabajar con municipalidades para obtener accesos gratuitos a instalaciones deportivas y recursos locales.
  - Participar en programas gubernamentales que promuevan la inclusión y actividad física.

### IV. Incremento de la Participación Comunitaria

- a. Programas de Voluntariado
  - Implementar un programa de voluntariado donde miembros de la comunidad puedan apoyar en actividades del club, generando sentido de pertenencia.
- b. Eventos de Vinculación Comunitaria
  - Organizar actividades abiertas al público, como torneos recreativos y jornadas inclusivas, que permiten al club visibilizar su misión y atraer nuevos socios.
- c. Comunicación Transparente y Constante
  - Publicar informes regulares sobre el uso de recursos y los logros alcanzados, lo que fomenta confianza y compromiso entre los miembros y donantes.

Estas iniciativas, articuladas de manera coherente, permitirán al club consolidar una visión inclusiva, fortalecer su impacto en la comunidad y posicionarse como un ejemplo de sostenibilidad en el ámbito del deporte adaptado.

### 33. Conclusiones

El presente trabajo ha demostrado que la sostenibilidad financiera es un desafío fundamental para garantizar la continuidad operativa y el crecimiento del club deportivo de Viña del Mar de deporte adaptado, institución que desempeña un rol crucial en la incursión social de personas con discapacidad a través del deporte adaptado. A partir del análisis realizado, se identificó que la dependencia actual del club de fuentes de financiamiento variables y limitadas, como cuota de socios y aportes ocasionales de patrocinadores, representa un riesgo significativo para su estabilidad económica y capacidad de expansión. En este contexto, se hace evidente la necesidad de implementar estrategias financieras diversificadas, estructuradas y sostenibles que permitan asegurar la generación de recursos suficientes para cumplir con su misión.

La investigación subraya que la combinación de métodos de recaudación de fondos, tales como eventos benéficos, crowdfunding y financiamiento institucional, constituye una alternativa viable para aumentar significativamente los ingresos del club. Los eventos de recaudación no sólo ofrecen una oportunidad para obtener fondos inmediatos, sino que también fortalecen los lazos comunitarios y la visibilidad del club, permitiendo establecer una conexión emocional con los asistentes y posibles donantes. Por su parte, el crowdfunding emerge como una herramienta poderosa que, al aprovechar las plataformas, facilita la movilización de una audiencia amplia, tanto local como internacional, y promueve una narrativa que resalta el impacto activo del deporte en la vida de las personas beneficiadas. Adicionalmente, el financiamiento institucional, respaldado por leyes como la de Donaciones Deportivas, representa una fuente estratégica de recursos a largo plazo, incentivando la colaboración de empresas que buscan asociarse con proyectos inclusivos y socialmente responsables.

En este contexto, es importante reconocer el papel de los voluntarios, como Marco y Kevin, quienes dedican entre 15 a 30 horas semanales al club, dependiendo de los campeonatos y actividades específicas. Aunque su dedicación supera ampliamente la media de horas que un voluntario suele aportar a un club deportivo, la carga de trabajo podría afectar su vida laboral o personal en ciertos periodos. En estos casos, sería recomendable evaluar la integración de un voluntario adicional o la contratación de un profesional, con un costo estimado de \$300.000 a \$400.000 pesos mensuales por 15 a 20 horas semanales de apoyo. Sin embargo, considerando que Marco ha expresado que estas actividades son su pasión, parece poco probable que ceda fácilmente sus responsabilidades, lo cual subraya la necesidad de diseñar mecanismos que viten el agotamiento y promuevan su motivación a largo plazo.

Otro aspecto crítico identificado en esta tesis es la importancia de fortalecer las relaciones con sponsors y colaboradores estratégicos. La evaluación de posibles patrocinadores y aliados permitió destacar la necesidad de establecer acuerdos con entidades que comparten los valores fundamentales del club, como la inclusión social, la igualdad de oportunidades y la mejora de la calidad de vida de las personas en situación de discapacidad. Esta alineación de valores no sólo garantiza la coherencia en la misión del club, sino que también facilita la

consolidación de relaciones de largo plazo con socios comprometidos, capaces de aportar recursos financieros o en especie.

Además, la motivación y satisfacción de los voluntarios desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad operativa del club. Estrategias como el reconocimiento público, la asignación de roles significativos y el desarrollo de competencias pueden ayudar a mantener su compromiso. En el caso de Marco y Kevin, garantizar que su trabajo sea valorado y apoyado podría no solo maximizar su aporte, sino también promover una cultura de voluntariado sólida dentro del club. Fomentando la atracción de nuevos colaboradores en el futuro.

En síntesis, la sostenibilidad financiera del club deportivo de Viña del Mar de deporte adaptado depende de una visión integral que combine la eficiencia en la recaudación de fondos, el aprovechamiento de colaboraciones estratégicas y el establecimiento de relaciones fluidas con patrocinadores que compartan los valores del club. Esta estrategia debe estar anclada en un compromiso con la comunidad, no sólo como beneficiario, sino también como participante activa en la construcción de un entorno inclusivo y sostenible. Integrar herramientas innovadoras como el crowdfunding, junto con aprovechar beneficios institucionales, permite no solo garantizar la estabilidad operativa del club, sino también maximizar su impacto social, posicionándolo como un referente en el deporte adaptado a nivel regional y nacional. Esta sinergia de esfuerzos, combinada con una planificación estratégica, asegura que el club cumpla su misión de inclusión y desarrollo, mientras se establece como aplicable en otras organizaciones deportivas adaptadas.

Finalmente, las estrategias propuestas en este trabajo no sólo buscan resolver los desafíos económicos del club, sino que también persiguen posicionarlo como un referente en el deporte adaptado en Chile. La implementación de estas acciones permitirá incrementar su impacto social, ampliar la base de beneficiarios y garantizar la sostenibilidad en sus programas a largo plazo. Así, el club deportivo de Viña del Mar del deporte adaptado podrá continuar promoviendo la inclusión social y el bienestar de las personas en situación de discapacidad, contribuyendo de manera significativa en una sociedad más equitativa e inclusiva. Este estudio proporciona un marco estratégico aplicable no sólo para este club, sino también para otras organizaciones que enfrentan desafíos similares, sentando las bases para futuras investigaciones y acciones en el ámbito de la sostenibilidad financiera en el deporte adaptado.

## Anexos

### Anexo N°1: Detalles de Entrevistas para Posibles Patrocinios

| <b>Nombre del Emprendimiento</b> | <b>Fecha</b> | <b>Modalidad</b> | <b>Resumen</b>                                                                      | <b>Nombre del Entrevistado</b> |
|----------------------------------|--------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Deporte Millares                 | 03/10/2024   | Presencial       | Implementos deportivos: Ahorro estimado \$300,000 a \$800,000 mensuales.            | Carlos Espinoza                |
| Sports Medicina Deportiva        | 10/10/2024   | Online           | Servicios médicos: Ahorro estimado \$300,000 a \$800,000 mensuales.                 | Dra. Sofía Fernández           |
| Fundación Give me Five           | 04/10/2024   | Presencial       | Financiamiento de eventos: Ahorro de \$1,000,000 por evento.                        | María López                    |
| Human Place                      | 06/10/2024   | Online           | Programas de bienestar: Ahorro estimado \$500,000 a \$1,000,000 mensuales.          | Francisco Torres               |
| Cratus                           | 10/10/2024   | Presencial       | Tecnología de luces interactivas: Ahorro de \$1,000,000 por sesión.                 | Javier Ortiz                   |
| MCP Sport                        | 03/10/2024   | Online           | Evaluaciones cognitivas y motoras: Ahorro estimado \$300,000 a \$500,000 mensuales. | Ana García                     |

Anexo N°2: Detalles de Entrevistas para Posibles Alianzas Estratégicas

| Entidad                       | Fecha      | Modalidad  | Resumen                                                              | Nombre del Entrevistado |
|-------------------------------|------------|------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Municipalidad de Viña del Mar | 10/11/2024 | Presencial | Infraestructura y logística: Ahorro \$200,000 a \$400,000 mensuales. | Juan Pérez              |
| Ministerio del Deporte        | 12/11/2024 | Online     | Financiamiento de campañas: Ahorro \$125,000 a \$250,000 mensuales.  | Sofía Ramírez           |
| Universidad Viña del Mar      | 09/11/2024 | Presencial | Proyectos de investigación: Ahorro \$80,000 a \$200,000 mensuales.   | Ricardo López           |
| Universidad de Valparaíso     | 15/11/2024 | Online     | Programas de salud: Ahorro \$150,000 a \$300,000 mensuales.          | Ana González            |
| El Mercurio de Valparaíso     | 07/11/2024 | Presencial | Cobertura mediática: Ahorro \$250,000 a \$500,000 mensuales.         | María Herrera           |
| Radio Valparaíso              | 15/11/2024 | Online     | Difusión de eventos: Ahorro \$80,000 a \$250,000 mensuales.          | Luis Torres             |
| Fundación Teletón             | 13/11/2024 | Presencial | Recursos terapéuticos: Ahorro \$160,000 a \$400,000 mensuales.       | Claudia Silva           |
| Fundación Miradas Compartidas | 11/11/2024 | Online     | Organización de eventos: Ahorro \$100,000 a \$200,000 mensuales.     | José Fernández          |

## Referencias

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2010). *Ley N° 20.422, Establece normas sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad.*

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1098002>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (1989). *Ley N° 19.712, Ley del Deporte.*

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=181636>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2016). *Ley N° 20.978, Reconoce el deporte adaptado y paralímpico en la legislación chilena.*

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010903>

Federación Chilena de Fútbol 7 Paralímpico. (n.d.). *Federación Chilena de Fútbol 7 Paralímpico.* <https://federacionfutbol7pc.cl/#>

Comité Paralímpico Internacional. (n.d.). *International Paralympic Committee.*

<https://www.paralympic.org/es>

Comité Paralímpico de Chile. (n.d.). *Comité Paralímpico de Chile.* <https://paralimpico.cl/>

Club Deportivo de Viña del Mar de Deporte Adaptado. (n.d.). *Deporte Paralímpico.*

<https://deporteparalimpico.cl/>

Real Academia Española. (n.d.). *Sostenibilidad financiera.*

<https://dpej.rae.es/lema/sostenibilidad-financiera>

Iberdrola. (n.d.). *¿Qué es fundraising?.* <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/que-es-fundraising>

Donorbox. (n.d.). *10 técnicas de recaudación de fondos efectivas.*

<https://donorbox.org/nonprofit-blog/es/tecnicas-de-recaudacion-de-fondos#2>

Significados.com. (n.d.). *Sponsor.* <https://www.significados.com/sponsor/>

FasterCapital. (n.d.). *¿Cómo identificar y acercarse a patrocinadores potenciales que se alineen con sus valores y su público objetivo?.*

<https://fastercapital.com/es/tema/%C2%BFc%C3%B3mo-identificar-y-acercarse-a-patrocinadores-potenciales-que-se-alineen-con-sus-valores-y-su-p%C3%BAblico-objetivo.html>

PD Agencia. (n.d.). *Colaboraciones estratégicas en el marketing.*

<https://pdagencia.com/colaboraciones-estrategicas-en-el-marketing/>

Aguilar Idáñez, M. J. (2013, noviembre 30). *Participación comunitaria: ¿Qué es?.*

<https://mariajoseaguilaridanez.wordpress.com/2013/11/30/participacion-comunitaria-que-es/>

BlazeSports. (n.d.). *About BlazeSports.* <https://blazesports.org/about/>

Epicos. (2023). *BlazeSports America celebrates decades of service and advancement in adaptive sports*. <https://www.epicos.com/article/860928/blazesports-america-celebrates-decades-service-and-advancement-adaptive-sports-during>

Latercera. (2023). *Crowdfunding: una alternativa para financiar deportistas chilenos*. <https://www.latercera.com/pulso/crowdfunding-una-alternativa-para-financiar-deportistas-chilenos/>

Fundación Global Sports. (n.d.). *Inicio*. <https://funglobalsports.cl/>

Latercera. (2023). *Ejemplo de inclusión: Ciudad Deportiva USS apoya el deporte adaptado*. <https://www.latercera.com/laboratoriodecontenidos/formando-para-crear/ejemplo-de-inclusion-ciudad-deportiva-uss-apoya-el-deporte-adaptado/>

Instituto Nacional de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda (INRPAC). (n.d.). *Inicio*. <https://inrpac.cl/>

Instituto Nacional de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda (INRPAC). (2020). *Cuenta pública participativa: gestión 2020*. <https://es.readkong.com/page/cuenta-p-blica-participativa-gesti-n-2020-instituto-1746599>

Ministerio de Desarrollo Social y Familia. (2023). *Lanzamiento Fondo Nacional de Proyectos Inclusivos (FONAPI)*. <https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/noticias/lanzamiento-fondo-nacional-de-proyectos-inclusivos-fonapi>

Instituto Nacional del Deporte. (n.d.). *Inicio*. <https://ind.cl/>

Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS). (n.d.). *Inicio*. <https://www.senadis.gob.cl/>

LetsFand. (n.d.). *Acerca de*. [https://letsfand.com/acerca\\_de](https://letsfand.com/acerca_de)

Ministerio del Deporte. (n.d.). *Inicio*. <https://www.mindep.cl/home>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (n.d.). Ley N° 19.712, Ley del Deporte. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=181636>

Asociación Española de Fundraising. (n.d.). *¿Qué es el face to face?*. <https://www.aefundraising.org/servicios/observatorio-f2f/que-es-el-face-to-face/>

Esneca Business School. (n.d.). *¿Qué es fundraising?*. <https://www.esneca.com/blog/que-es-fundraising/>

Portal Hoy. (n.d.). *Buenas prácticas para la organización de eventos deportivos inclusivos*. <https://portalhoy.es/buenas-practicas-para-la-organizacion-de-eventos-deportivos-inclusivos/>

Weinstein, S. (2013). *The Complete Guide to Fundraising Management* (3rd Edition). Jossey-Bass.

- Klein, K. (2016). *Fundraising for Social Change* (7th Edition). Jossey-Bass.
- Seiler, T. (2016). *Cost-Effective Fundraising: A Practical Guide*. John Wiley & Sons.
- Saber, B. (2017). *The Fundraiser's Guide to Successful Campaigns*. Charity Channel Press.
- Steinberg, S. (2012). *The Crowdfunding Bible*. Digital Content Strategies.
- Cabrera, A. (2014). *Manual de Captación de Fondos*. Editorial Cívitas.
- Bravo, M. L. (2015). *Fundraising: Cómo conseguir los recursos necesarios para tu organización*. Ediciones Díaz de Santos.
- García-Rincón, C. (2020). *La guía del fundraising en tiempos de crisis*. Ediciones Granica.
- Fundación Lealtad. (2017). *Manual para Organizaciones No Lucrativas: Estrategias de captación de fondos*. Fundación Lealtad.
- García, B. (2020). *Marketing Deportivo: Patrocinio y Comunicación*.
- Pulido, J. I. (2019). *Patrocinio Deportivo en la Era Digital*.
- Alonso, M. (2019). *Medición del ROI en Marketing Deportivo*.
- Team Catapult. (n.d.). *Grants and sponsorship opportunities*. Recuperado de <https://teamcatapult.org/grants>
- CIPER Chile. (2014, 27 de agosto). *El millonario negocio de las donaciones deportivas*. Recuperado de <https://www.ciperchile.cl/2014/08/27/el-millonario-negocio-de-las-donaciones-deportivas/>
- Emprendamos Juntos. (n.d.). *Patrocinio deportivo*. Recuperado de <https://www.emprendamosjuntos.cl/patrocinio-deportivo>
- Exerotech. (n.d.). *USA funds and grants for adaptive sports equipment*. Recuperado de <https://www.exerotech.com/en/usa-funds-and-grants-adaptive-sports-equipment>
- Universidad de Chile. (2016). *Análisis de la gestión de patrocinadores en eventos deportivos*. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136776>
- Adaptive Sports Foundation. (n.d.). *Sponsorship opportunities*. Recuperado de <https://www.adaptivesportsfoundation.org/sponsorship-opportunities/>
- Competize. (n.d.). *Patrocinadores deportivos y marcas en patrocinios*. Recuperado de <https://www.competize.com/blog/patrocinadores-deportivos-marcas-patrocinios/>
- Sports Foundation for the Disabled. (n.d.). *Funding criteria*. Recuperado de <https://www.sportsfoundationforthedisabled.org/funding-criteria>
- Bombo Marketing. (n.d.). *Cómo conseguir un auspiciador para tu proyecto deportivo*. Recuperado de <https://www.bombo.cl/blog/conseguir-auspiciador>

Sports Medicina Deportiva. (n.d.). *Servicios y prestaciones*. Recuperado de <https://sportsmd.cl/servicios-y-prestaciones/>

Human Place. (n.d.). *Servicios de bienestar y diagnóstico*. Recuperado de <https://www.humanplace.cl/>

Cratus. (n.d.). *Tecnología deportiva avanzada*. Recuperado de [https://www.cratus.cl/?srsltid=AfmBOopbw\\_mNNtWy6Yqh0y7tmKGGpxFe5\\_K0v1tXgjWInYp\\_vdRdvzDM](https://www.cratus.cl/?srsltid=AfmBOopbw_mNNtWy6Yqh0y7tmKGGpxFe5_K0v1tXgjWInYp_vdRdvzDM)

MCP Sports. (n.d.). *Evaluación y desarrollo deportivo*. Recuperado de <https://mcp-sports.com/>

Deporte Paralímpico. (s.f.). *Club Deportivo Viña del Mar de Deporte Adaptado*. Recuperado de <https://deporteparalimpico.cl/>

Deporte Paralímpico. (2024). *UVM paralímpico consigue financiamiento FONDEPORTE para 2024*. Recuperado de <https://deporteparalimpico.cl/2024/08/16/uvm-paralimpico-consigue-financiamiento-fondeporte-para-2024/>

Ilustre Municipalidad de Viña del Mar. (s.f.). *Abiertas las inscripciones: Municipio de Viña del Mar dispone de diversas escuelas y talleres deportivos gratuitos para la comunidad*. Recuperado de <https://www.munivina.cl/noticias/abiertas-las-inscripciones-municipio-de-vina-del-mar-dispone-de-diversas-escuelas-y-talleres-deportivos-gratuitos-para-la-comunidad/>

Medio Directo. (2024). *Diversión deportiva y gratuita para viñamarinos y turistas*. Recuperado de <https://mediodirecto.cl/2024/03/27/diversion-deportiva-y-gratuita-para-vinamarinos-y-turistas/>

Instituto Neuro Sports. (s.f.). *Kinesiología y Osteopatía - Instituto Neuro Sports*. Recuperado de <https://www.ineurosports.cl/>

Universidad Viña del Mar. (s.f.). *Importancia del deporte adaptado en las universidades*. Recuperado de <https://www.uvm.cl/noticias/importancia-del-deporte-adaptado-en-las-universidades/>

Universidad Viña del Mar. (s.f.). *UVM realizó “Clínica Deportiva Inclusiva” en Campus Rodelillo*. Recuperado de <https://www.uvm.cl/noticias/uvm-realizo-clinica-deportiva-inclusiva-campus-rodelillo/>

Canal 13. (s.f.). *Playa del Deporte de Viña implementa nuevos talleres y disciplinas*. Recuperado de <https://www.13.cl/programas/entretencion/actualidad/playa-del-deporte-de-vina-implementa-nuevos-talleres-y-disciplinas>

Ministerio del Deporte de Chile. (2016). *Nueva Política Nacional de Actividad Física y Deporte 2016-2025*. Recuperado de <https://transparencia.mindep.cl/document/xYRdGK5dDz.pdf>

Universidad de Chile. (2022). *Deporte social y las Organizaciones Deportivas para el nuevo Chile*. Recuperado de [https://uabierta.uchile.cl/asset-v1%3AUniversidad de Chile%2BUCH\\_66%2B2022\\_T1%2Btype%40asset%2Bblock%40transcripcion\\_LECCION\\_2.1.pdf](https://uabierta.uchile.cl/asset-v1%3AUniversidad%2BUCH_66%2B2022_T1%2Btype%40asset%2Bblock%40transcripcion_LECCION_2.1.pdf)

The Impact Lawyers. (2024). *Impacto financiero en los clubes y en la economía del deporte*. Recuperado de <https://theimpactlawyers.com/es/articulos/impacto-financiero-en-los-clubes-y-en-la-economia-del-deporte>

Google Forms. (s.f.). *Crea encuestas en línea gratuitas*. Recuperado de <https://www.google.com/forms/about/>

Typeform. (s.f.). *Crea encuestas y formularios interactivos*. Recuperado de <https://www.typeform.com/>

Eventbrite. (s.f.). *Software de gestión de eventos y registro*. Recuperado de <https://www.eventbrite.com/>

Hootsuite. (s.f.). *Gestión y análisis de redes sociales para organizaciones*. Recuperado de <https://www.hootsuite.com/>

Socialbakers. (s.f.). *Plataforma de análisis de redes sociales*. Recuperado de <https://www.socialbakers.com/>

Carter, N. (2018). *Collaboration in Community Projects*. New York, NY: EduPress.

Carter Consulting. (2020). *Budgeting for Community Events*.

DigiTrend. (2021). *Digital Marketing Costs Overview*.

EduSolutions. (2020). *Education Costs Analysis*.

Fritz, J. (2019). *Email Marketing for Nonprofits*. San Francisco, CA: Nonprofit Communications Press.

Harrison, D. (2017). *Educational Training Design: A Practical Guide*. London, UK: Practical Education Publishing.

Jenkins, L. (2020). *Social Media Marketing Guide*. Chicago, IL: Digital Marketing Group.

Johnson & Co. (2021). *Marketing Budgets Overview*.

Kilkenny, S. (2016). *Event Planning Handbook*. Denver, CO: EventPro Press.

Schwalbe, K. (2019). *Project Scheduling and Management*. Boston, MA: PMBooks.

Taylor, J. (2015). *Event Management for Social Projects*. Oxford, UK: Community Strategies Press.

TrainCo. (2019). *Training Program Budgets*.

Cannon, R. (2018). *Community Engagement Strategies*. Cambridge, MA: Civic Engagement Publishing.