

tesis  
2520

**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION  
Y DE LA COMUNICACION SOCIAL**

**CARRERA : PUBLICIDAD**

**MATERIA : SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**TITULAR : PROFESOR JUAN BAUTISTA GONZÁLEZ SABORIDO**

**ALUMNO : MARÍA MARTA ARRASTÚA**

**TEMA : PATROCINIO**

**MES Y AÑO : JULIO 1995.**

*Gracias a las personas que colaboraron*

*con la investigación*

*revelándome datos y experiencias.*

*Gracias a todos.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Decidí desarrollar éste tema después de una charla con un amigo. Su ignorancia con respecto al patrocinio era igual a la mía.

Busqué bibliografía por todos lados, incluso en los más insólitos. El resultado fue muy pobre, el tema estaba analizado por muy pocas personas. Por esa razón, resolví tener un enfoque personal del patrocinio. Un tema apasionante.

## **INDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b><u>CAPITULO 1 : PATROCINIO O SPONSOREO</u></b>	<b>8</b>
<b>QUÉ ES EL PATROCINIO ?</b>	<b>9</b>
<b>FUNCIÓN DEL PATROCINIO</b>	<b>11</b>
<b>SELECCIÓN DEL PATROCINIO</b>	<b>12</b>
<b>IMPLANTACIÓN DEL PATROCINIO</b>	<b>13</b>
<b><u>CAPITULO 2 : QUÉ MENSAJES ENVIAR ?</u></b>	<b>15</b>
<b>EL CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA</b>	<b>16</b>
<b>LA IMÁGEN</b>	<b>17</b>
<b>EL MENSAJE</b>	<b>18</b>
<b>TIPO Y TAMAÑO DE LA AUDIENCIA</b>	<b>19</b>
<b><u>CAPITULO 3 : LA PUBLICIDAD DEL PATROCINIO</u></b>	<b>20</b>
<b>DISEÑO</b>	<b>22</b>
<b>CAMPAÑAS DE CONSUMIDORES</b>	<b>22</b>
<b><u>CAPITULO 4 : LA COBERTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION</u></b>	<b>25</b>
<b><u>CAPITULO 5 : PATROCINIO, SOPORTE DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION</u></b>	<b>29</b>



<i><u>CAPITULO 6 : CONTRATOS</u></i>	32
<i>CONTRATO DE PUBLICIDAD EXCLUSIVA CON UN CORREDOR AUTOMOVILÍSTICO</i>	34
<i><u>CAPITULO 7 : EVENTOS</u></i>	37
<i>MUNDIAL USA '94</i>	38
<i>JUEGOS PANAMERICANOS MAR DEL PLATA '95</i>	40
<i>FÓRMULA 1 ARGENTINA</i>	43
<i>MUNDIAL DE RUGBY</i>	47
<i><u>CAPITULO 8 : DEPORTES</u></i>	48
<i>EL DEPORTE</i>	49
<i>RUGBY EN ARGENTINA Y EN EL MUNDO</i>	52
<i>FÚTBOL JAPONÉS</i>	54
<i><u>CAPITULO 9 : CASOS</u></i>	56
<i>1 - BENETTON</i>	57
<i>2 - EMPRESAS DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS</i>	60
<i><u>CAPITULO 10 : ENTREVISTAS</u></i>	64
<i>TARJETA DE CRÉDITO : VISA</i>	65
<i>BEBIDA GASEOSA : PEPSI COLA</i>	71
<i>BEBIDA GASEOSA : COGA COLA</i>	75
<i>CONCLUSIONES</i>	81
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	84



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# *INTRODUCCIÓN*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Como consecuencia de la gran cantidad de seguidores y espectadores que generan eventos deportivos y culturales, se han originado nuevos medios publicitarios.

El patrocinio es una herramienta de comunicación que tiene un puesto en los planes comerciales de una empresa. Si se lleva a cabo con eficacia, el patrocinio puede añadir valor a la imagen y a la presencia de empresa y de marca entre una gran variedad de audiencias y puede utilizarse para aumentar el volúmen de ventas en el mercado.

Las empresas anunciantes lo han adoptado para hacer llegar sus mensajes en forma efectiva a su público objetivo. Esta alternativa favorece tanto al patrocinador como al patrocinado, mientras el primero obtiene un medio de comunicación de su imagen mediante el suministro de fondos, el segundo obtiene recursos económicos que le facilitan el desarrollo de su actividad deportiva o cultural.

La decisión de patrocinio no es tan simple, debido a que su fundamento es económico, es necesario tener en cuenta ciertas variables técnicas en el momento de seleccionar un patrocinio determinado.

Al formar parte de la estrategia de comunicación de una empresa, un patrocinio elegido o implementado erróneamente minimiza los efectos de toda su comunicación.

Cuando la decisión de patrocinio se ha realizado es necesario analizar detalladamente las áreas posibles de explotar para que la empresa esté presente en el evento de todas las maneras posibles.

El patrocinio se caracteriza por la ausencia de mensajes explícitos. Por esta razón, creemos que la síntesis del mensaje y su implementación son algunas de las claves para lograr un patrocinio exitoso.

**CAPITULO 1**  
**PATROCINIO O SPONSOREO**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR