

ÍNDICE GENERAL:

| | |
|--|-----|
| Autora | 9 |
| PRESENTACIÓN | 11 |
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| BLOQUE A: EXPOSICIÓN TEÓRICA | 15 |
| 1. La acción social | 17 |
| 2. Marketing con causa | 20 |
| 3. El patrocinio | 25 |
| BLOQUE B: DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE PATROCINIO | 41 |
| 1. Obtención de patrocinio | 43 |
| 2. Gestión del patrocinio | 56 |
| 3. Características de un proyecto para ser sostenible vía patrocinio | 59 |
| BLOQUE C: ANÁLISIS DE UN CASO REAL DE PATROCINIO DE PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL | 61 |
| 1. El proyecto "Mundobús" | 63 |
| 2. El patrocinio | 68 |
| BLOQUE D: CONCLUSIÓN | 79 |
| BLOQUE E: ANEXOS | 83 |
| 1. Modelo formato abreviado de solicitud de patrocinio | 85 |
| 2. Formato de propuesta de patrocinio a empresas | 86 |
| 3. Formato de propuesta de patrocinio a un medio de comunicación | 88 |
| 4. Modelo de presupuesto del proyecto | 90 |
| 5. Formato de carta de contacto a empresas / medios | 91 |
| 6. Contrato de colaboración | 92 |
| 7. Código de funcionamiento del programa de bibliobuses | 94 |
| 8. Matriz de planificación "Red de Bibliobuses para la Prevención Primaria del Consumo de Sustancias Tóxicas y para la Promoción de la Lectura en Lima-Callao" | 95 |
| BIBLIOGRAFÍA | 101 |