

MANUAL

DE BUENAS PRÁCTICAS



LIGAS DEPORTIVAS EN COLOMBIA

La generación de nuevas ideas al interior de las entidades se da a través de mecanismos que puedan relacionarse con las actividades que buscan: idear, investigar, experimentar e innovar en el que hacer cotidiano de las entidades.

¡MÁS!

Ligas en
situación de
discapacidad
pág. 10

CONTENIDO

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS



01

ÁMBITO LEGAL

- Sistema Nacional del Deporte, entidades públicas
- Constitución de ligas
- Requisitos de funcionamiento
- Estructura, cargos y funciones
- Ligas deportivas en situación de discapacidad
- Reconocimiento deportivo
- Obligaciones
- Escogencia de deportistas

02

ENFOQUE HACIA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- Planeación estratégica
- Marketing deportivo
- Estrategia de comunicación
- Imagen corporativa
- Marketing digital
- Alanzas estratégicas y patrocinios
- Eventos y actividades
- Estructura del recurso humano



Deporte

INTRODUCCIÓN

El presente manual consolida la información pertinente a requisitos legales para la constitución de ligas deportivas en Colombia, avaladas por el Ministerio de deporte, presentación de las diferentes entidades públicas asociadas al deporte, estructura requerida para el funcionamiento, cargos y funciones asociadas a las diferentes dependencias, régimen económico asociado a patrimonio y manejo de fondos, organismos de derecho privado y reglamentación para su conformación. Se presentan ejemplos de formatos requeridos para la formalización, afiliación, modalidad de competencia, disolución y liquidación de ligas deportivas.

En línea con lo anterior, se presenta un consolidado de buenas prácticas empleadas en diferentes organizaciones deportivas que sirven de guía para un modelo de éxito aplicable a las ligas en Colombia; por medio de la implementación de la planeación estratégica, herramientas de marketing deportivo, definición de estrategias de comunicación, imagen corporativa, marketing digital, estrategias de alianzas utilizando patrocinios y gestión del recurso humano.

SISTEMA NACIONAL DEL DEPORTE

Surge por medio de la ley 181 de 1995, llamada ley del deporte, la cual presenta el conjunto de organismos que facilitan el acceso por parte de la población a las prácticas deportivas, recreación, aprovechamiento del tiempo libre, educación física, y educación extraescolar, se clasifican en: Nivel nacional, departamental y de distrito capital y nivel municipal.



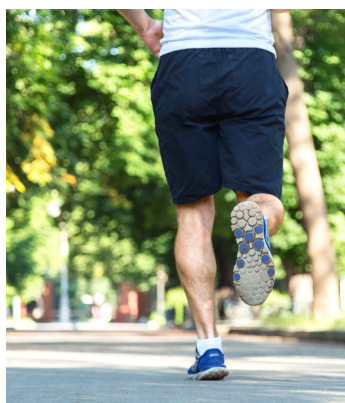
FORMAS DEL DEPORTE

- | | | | |
|-----------|----------------------------|-----------|------------------|
| 04 | Deporte formativo | 14 | Rendimiento |
| 06 | Deporte social comunitario | 16 | Aficionado |
| 08 | Deporte universitario | 18 | Profesional |
| 10 | Deporte competitivo | 20 | Deporte asociado |
| 12 | Deporte de alto | | |

ENTIDADES PÚBLICAS



4 ENTIDADES DE DERECHO PÚBLICO



LO INTEGRA

Los organismos de derecho privado y Entidades de derecho público que de acuerdo a su nivel jerárquico: Nacional, Departamental y de distrito capital, y Municipal.

NIVEL NACIONAL

MINISTERIO DEL DEPORTE

Es el organismo principal de la administración pública, del nivel central, rector del sector y del Sistema Nacional del Deporte encargado de formular, coordinar, controlar y ejecutar la política pública, planes, programas y proyectos deportivos.

NIVEL DEPARTAMENTAL Y DEL DISTRITO CAPITAL

Para el artículo 65 de la ley 181 de 1995, "Las actuales Juntas Administradoras Seccionales de Deporte, creadas por la Ley 49 de 1983, se incorporarán al respectivo departamento, como entes departamentales para el deporte, la recreación, la educación extraescolar y el aprovechamiento del tiempo libre en conformidad con las ordenanzas que para tal fin expidan las Asambleas Departamentales".

NIVEL MUNICIPAL

Incluye las entidades deportivas municipales y distritales (establecimientos públicos, de conformidad con los acuerdos que para tal fin expidan los concejos municipales o distritales), o quien haga sus veces de acuerdo a lo dispuesto en la Ley 617 de 2000.

FEDERACIONES DEPORTIVAS

Son organismos de derecho privado, constituidas como asociaciones o corporaciones por un número mínimo de ligas deportivas o asociaciones deportivas departamentales o del Distrito Capital o de ambas clases o de Clubes Deportivos, establecido por el Ministerio del Deporte.



LIGAS DEPORTIVAS DEPARTAMENTALES Y DEL DISTRITO CAPITAL

Son organismos de derecho privado constituidos como asociaciones o corporaciones por un número mínimo de tres (3) clubes deportivos, cuyo fin es fomentar, patrocinar y organizar la práctica de un deporte con sus modalidades deportivas, dentro del ámbito territorial del departamento o del Distrito Capital, impulsando programas de interés público y social.



CONSTITUCIÓN DE LIGAS

Por deporte y modalidad deportiva únicamente se contará con una liga deportiva por departamento y Distrito Capital.

Requisitos de funcionamiento

1. Constitución con un número mínimo de clubes deportivos o promotores, o de ambas clases, establecido por el Ministerio del Deporte.
2. Estatutos.
3. Personería jurídica otorgada por la Gobernación del departamento o por la Alcaldía Mayor de Bogotá.
4. Reconocimiento deportivo otorgado por el Ministerio del Deporte.

Organismo donde se afilian

Las ligas se afilian a la federación deportiva nacional del correspondiente deporte.

Estructura mínima de una liga

De acuerdo con el artículo 21° del decreto ley 1228 de 1995, la estructura de las ligas deportivas departamentales o del Distrito Capital, deberá comprender como mínimo, los siguientes órganos:

1. Órgano de dirección, a través de una asamblea.
2. Órgano de administración colegiado, compuesto por tres (3) miembros como mínimo, incluido el presidente, quien será el representante legal.
3. Órgano de control, mediante revisoría fiscal.
4. Órgano de disciplina, mediante una comisión disciplinaria.
5. Comisión técnica.
6. Comisión de juzgamiento.

Cargos que debe tener una liga deportiva



Presidente



Vicepresidente



Tesorero



Secretario



Vocal

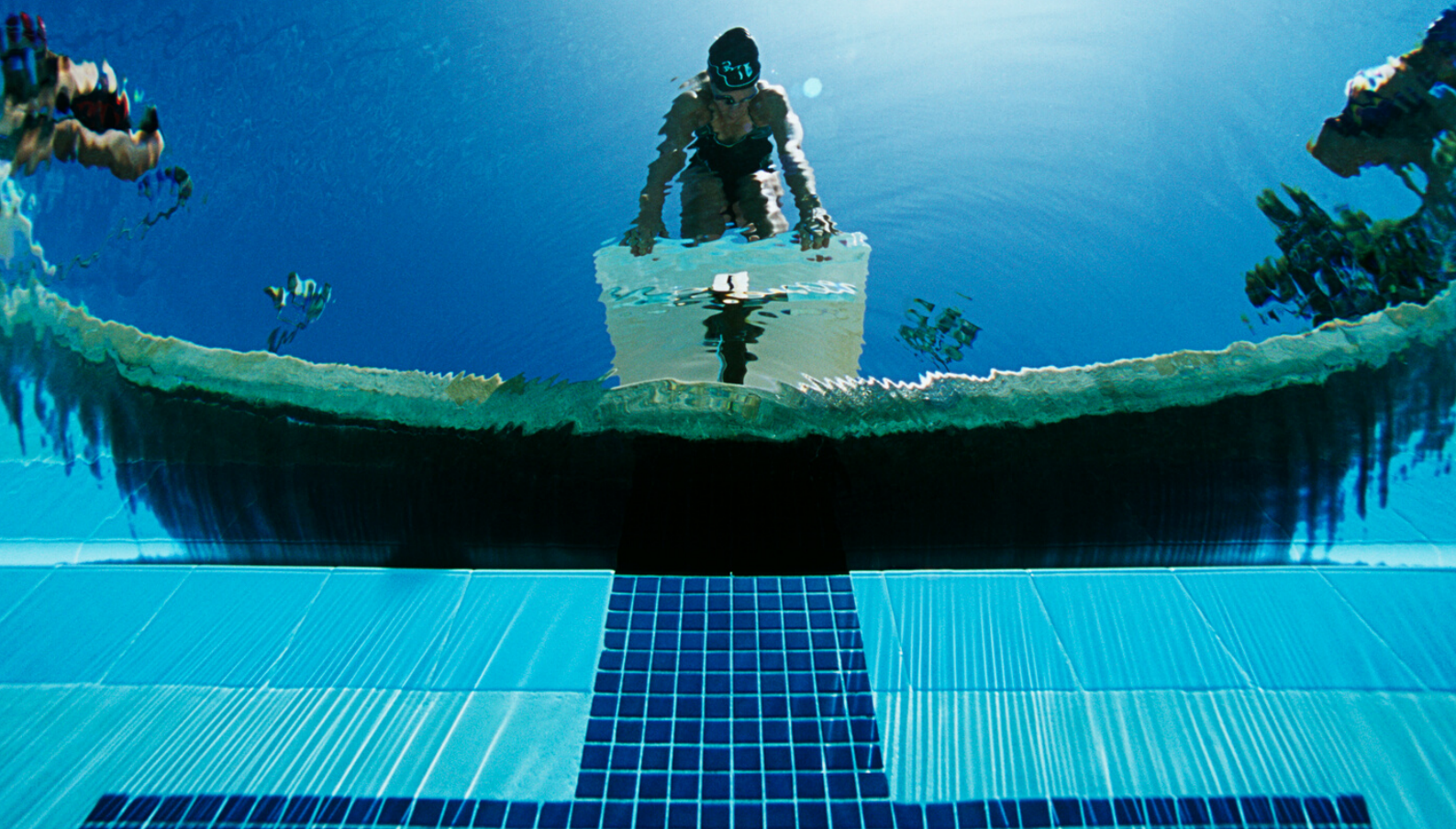
FUNCIONES **DEL PRESIDENTE**



Es el Representante Legal de La Liga, tendrá las siguientes funciones:

- Presidir las reuniones de la Asamblea
- Convocar en nombre del órgano de administración las reuniones de asamblea
- Convocar y presidir las sesiones del órgano de administración
- Presentar a la Asamblea los informes de labores, anualmente o cuando ésta los solicite
- Registrar los libros de actas de reuniones de asamblea y de miembros del órgano de administración ante la autoridad competente
- Suscribir los actos y contratos que comprometan a La Liga y los que le señale el estatuto, los reglamentos, la Asamblea o el órgano de administración, los Acuerdos, Resoluciones, Actas y demás documentos
- Ordenar los gastos y firmar conjuntamente con el tesorero, sobre los fondos de La Liga.
- Representar a La Liga, por sí o por delegación, en los actos públicos y privados

ASPECTOS DESTACADOS



FUNCIONES DEL TESORERO

El Tesorero es el responsable directo del manejo de los bienes y fondos de La Liga, tendrá las siguientes funciones:

- Recaudar la totalidad de los ingresos de La Liga, cualquiera que sea su origen y expedir los comprobantes correspondientes.
- Velar porque los afiliados o terceros, paguen cumplidamente sus compromisos económicos para con La Liga.
- Informar al órgano de administración, con la periodicidad reglamentaria o cuando se le solicite, sobre el estado financiero de La Liga.
- Preparar, conjuntamente con los demás miembros del órgano de administración, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos que debe presentarse a la Asamblea.
- Firmar conjuntamente con el presidente, los fondos de La Liga.
- Prestar fianzas y seguros exigidos para el ejercicio de sus atribuciones, con cargo a los Fondos de La Liga.
- Las demás que, de acuerdo con la naturaleza de su cargo, le asigne la Asamblea y/o el órgano de administración.



LIGAS DEPORTIVAS DEPARTAMENTALES Y DEL DISTRITO CAPITAL CON Y/O EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

Las ligas deportivas, como órganos de derecho privado, estarán constituidas como asociaciones o corporaciones por un número mínimo de clubes deportivos, con el objetivo de fomentar, patrocinar y organizar la práctica de deportes correspondientes a un mismo tipo de discapacidad, dentro del ámbito territorial del departamento o del Distrito Capital, según el caso, e impulsarán programas de interés público y social.

CONSTITUCIÓN DE LIGA

Estos organismos deportivos se constituyen por un número mínimo de dos (2) clubes deportivos o promotores o de ambas clases.

Requisitos de funcionamiento

1. Constitución con un número mínimo de dos clubes.
 2. Estatutos
 3. Personería jurídica otorgada por la Gobernación del departamento o por la Alcaldía Mayor de Bogotá.
 4. Reconocimiento deportivo otorgado por el Ministerio del Deporte.
-

Estructura mínima

Deberá comprender como mínimo, los siguientes órganos:

1. Órgano de dirección, a través de una asamblea
2. Órgano de administración colegiado, compuesto por tres (3) miembros como mínimo, incluido el presidente, quien será el representante legal
3. Órgano de control, mediante revisoría fiscal
4. Órgano de disciplina, mediante una comisión disciplinaria
5. Comisión técnica
6. Comisión de juzgamiento

Organismo donde se afilian

Las ligas se afilian a la federación deportiva nacional del correspondiente a su tipo de discapacidad.





LA MEJOR FORMA DE AUMENTAR LA RESISTENCIA

CLUBES DEPORTIVOS

Son organismos de derecho privado constituidos por afiliados, mayoritariamente deportistas, para fomentar y patrocinar la práctica de un deporte o modalidad, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre en el municipio, e impulsar programas de interés público y social.

En el caso de los clubes deportivos que se conformen en las entidades que sin ser deportivas manejan deportes, mencionadas en el parágrafo del artículo segundo del decreto ley 1228 de 1995 (las cajas de compensación familiar, los clubes sociales, los establecimientos educativos, las organizaciones comunales y las empresas públicas privadas que desarrollen actividades deportivas organizadas) podrán fomentar, practicar y desarrollar los varios deportes que en su interior practiquen.

LAS AUTORIDADES COMPETENTES SE ENCARGAN DE:

➔ Reformas Estatutarias



Elección o reelección de miembros, son actos sujetos a inscripción previa.

➔ Inscripción a los miembros



de los órganos de administración, control y disciplina (artículos 4° y 5° del Decreto 1529 de 1990).

➔ Inscripción de los estatutos y reformas estatutarias



(artículo 4° decreto 1529 de 1990).

➔ Expedición de certificado de existencia y representación legal



(artículo 21° decreto 1529 de 1990).



REQUISITOS DE CREACIÓN DE LIGAS

CONTAR CON PERSONERÍA JURÍDICA

La personería jurídica configura el nacimiento de una persona diferente a la de sus asociados, sujeto de derechos y obligaciones. Los actos propios inherentes a ella, le permiten a la persona que nace, la posibilidad de darse sus propias reglas (estatutos), de elegir sus miembros (dignatarios), de disolverse y liquidarse.

Las ligas y asociaciones deportivas departamentales y del Distrito Capital que se constituyen como asociaciones o corporaciones, están obligadas a contar con personería jurídica. La autoridad competente que la otorga es la gobernación o la Alcaldía Mayor de Bogotá, según corresponda al domicilio y jurisdicción tal y como lo establece el decreto 525 de 1990.



RECONOCIMIENTO

DEPORTIVO

Es la exigencia legal para los organismos deportivos y constituye el aval o autorización que otorga el estado a través del Ministerio del Deporte, o los alcaldes por intermedio de los entes deportivos municipales, o quien haga sus veces, de acuerdo con la Ley 617 de 2000, a los organismos que desarrollan fines de promoción y desarrollo del deporte.

Beneficios

De acuerdo a los artículos 2.5.1.1. del decreto 1085 de 2015 (artículo 1º. del decreto 2166 de 1986), 18º del decreto ley 1228 de 1995 y 2.6.3.1. del decreto 1085 de 2015 (artículo 6º del decreto reglamentario 407 de 1996), se obtienen por cinco (5) años, los siguientes beneficios:

1. La participación y vinculación al Sistema Nacional del Deporte
2. El fomento, protección, apoyo, patrocinio y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre dentro de su respectivo ámbito territorial
3. Llevar la representación nacional o seccional

4. Solicitar la sede de las competiciones o eventos deportivos nacionales o internacionales
5. Recibir recursos públicos
6. Disfrutar de la asesoría o servicios del Ministerio del Deporte y los entes deportivos departamentales y el del Distrito Capital, o quien haga sus veces.

Es Obligación

Tramitar la obtención, renovación y actualización de su reconocimiento deportivo, para efectos de su participación deportiva y vinculación al Sistema Nacional del Deporte.

SANCIONES EN EJERCICIO DE INSPECCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL



En ejercicio de la función de inspección, vigilancia y control, el ministro del Deporte y las autoridades en las cuales se delegue esta función, previo el correspondiente proceso, podrán imponer a los organismos deportivos y a los miembros de sus órganos de dirección y administración, las siguientes sanciones:

AMONESTACIÓN PÚBLICA



MULTA HASTA POR CIENTO (100) SALARIOS MÍNIMOS MENSUALES LEGALES VIGENTES



SUSPENSIÓN O CANCELACIÓN DE LA PERSONERÍA JURÍDICA



SUSPENSIÓN O REVOCATORIA

LA COMPETICIÓN DE LIGAS

COMPETICIONES OFICIALES

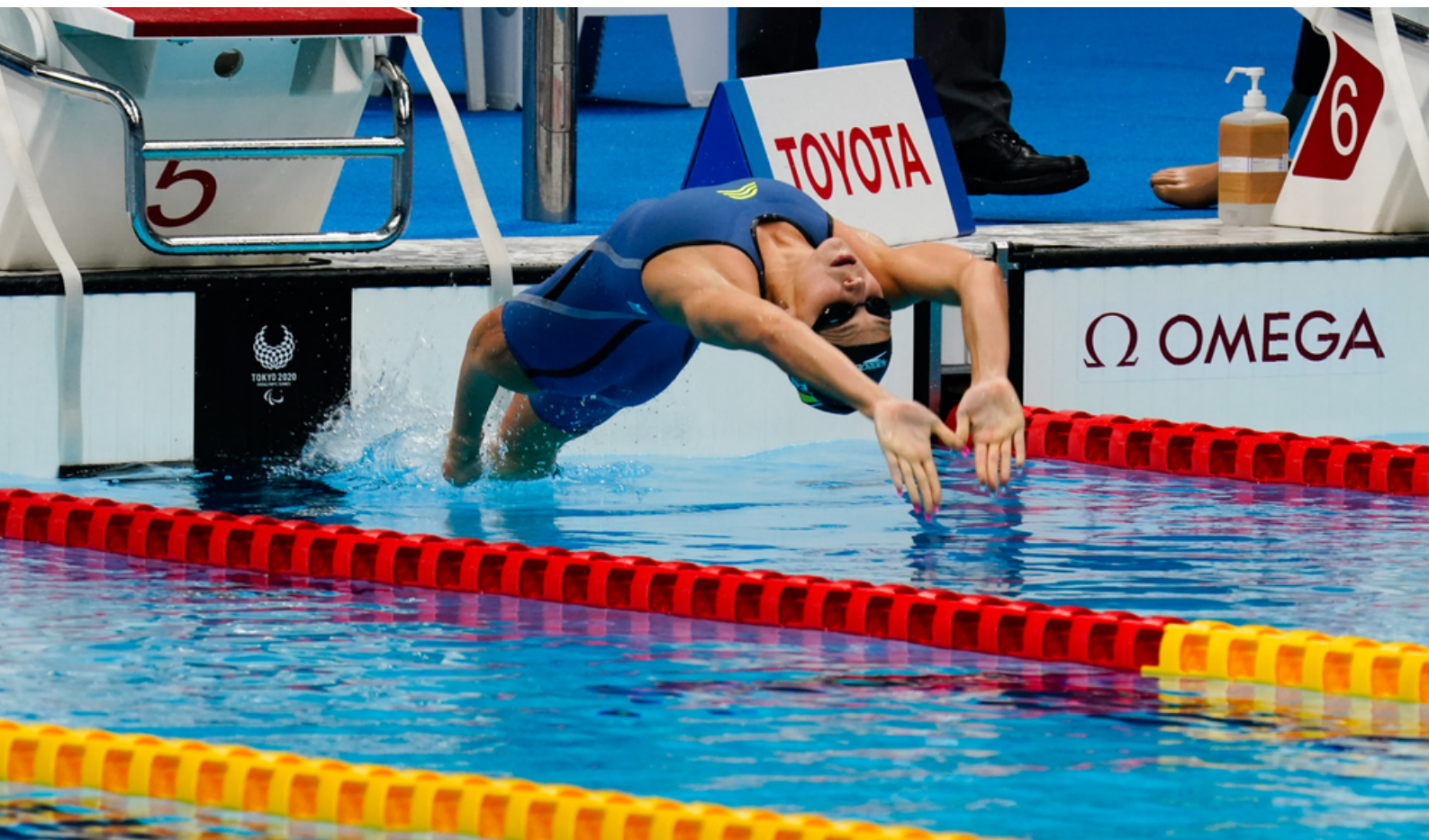
Son competiciones oficiales de La Liga, las participaciones nacionales y los eventos deportivos que se adelanten con el fin de seleccionar y preparar a los deportistas que dentro de un corto, mediano o largo plazo deban integrar los representativos seccionales.

INTEGRACIÓN

Las selecciones Seccionales estarán integradas por deportistas del registro de los Clubes deportivos afiliados, que acrediten actividad deportiva continuada.

ESCOGENCIA Y PREPARACIÓN DE DEPORTISTAS

La escogencia de los deportistas que han de integrar las selecciones, la hacen los miembros del órgano de administración y la preparación de los deportistas preseleccionados se hará de acuerdo con las recomendaciones de la Comisión Técnica de La Liga, la cual al formularlas tendrá en cuenta el nivel del evento deportivo tanto en lo geográfico como en lo relacionado con la edad de los participantes, como también las condiciones y los reglamentos del evento



Las ligas deportivas en Colombia, al ser una organización empresarial prestadora de servicios, debe contar con una visión de mercado en la cual se desarrolle una gestión comercial y de mercadeo generando el impulso del deporte, beneficiando una población local, regional o nacional, dando así un posicionamiento positivo.

La estrategia es una forma de acercarse a los objetivos, por estar compuesta de elementos como la planeación, la toma de decisiones, la coordinación de actividades y acciones a seguir con el fin de facilitar el proceso para obtener uno o varios resultados determinados.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LA LIGA

Las ligas deportivas deben definir sus procesos de operación, ya que la planeación estratégica se convertirá en una herramienta muy útil para el logro de los objetivos propuestos.

**A continuación
presentamos una
guía rápida para su
implementación**

Para consolidarse y a su vez diferenciarse, generando una identidad propia, es importante definir la misión, visión y los valores que definen a la liga en específico.

MISIÓN

Corresponde a su razón de ser, es el motivo por el cual existe como liga.

VISIÓN

Corresponde a la imagen que quiere proyectar, a dónde quiere llegar la liga.

VALORES

Son los pilares sobre los que se sustenta la liga, definiendo su identidad.



LA LIGA DEBE ESTRUCTURAR LOS PROCESOS BÁSICOS DE OPERACIÓN POR MEDIO DE:

Mapa de procesos

Es una representación gráfica por medio de un diagrama en donde se presenta la interrelación de todos los procesos que se desarrollan dentro de la liga.

Normas generales

Manuales específicos de funciones y competencias laborales por dependencias y roles (Ej. Área administrativa, contabilidad, desarrollo deportivo).

Procedimientos

Que permitan la orientación por medio de definición de políticas, estrategias y planes de acción acordes a las actividades y metas definidas.

Evaluación del desempeño

La liga definido en un periodo de tiempo determinado, que puede ser a corto, mediano o largo plazo.





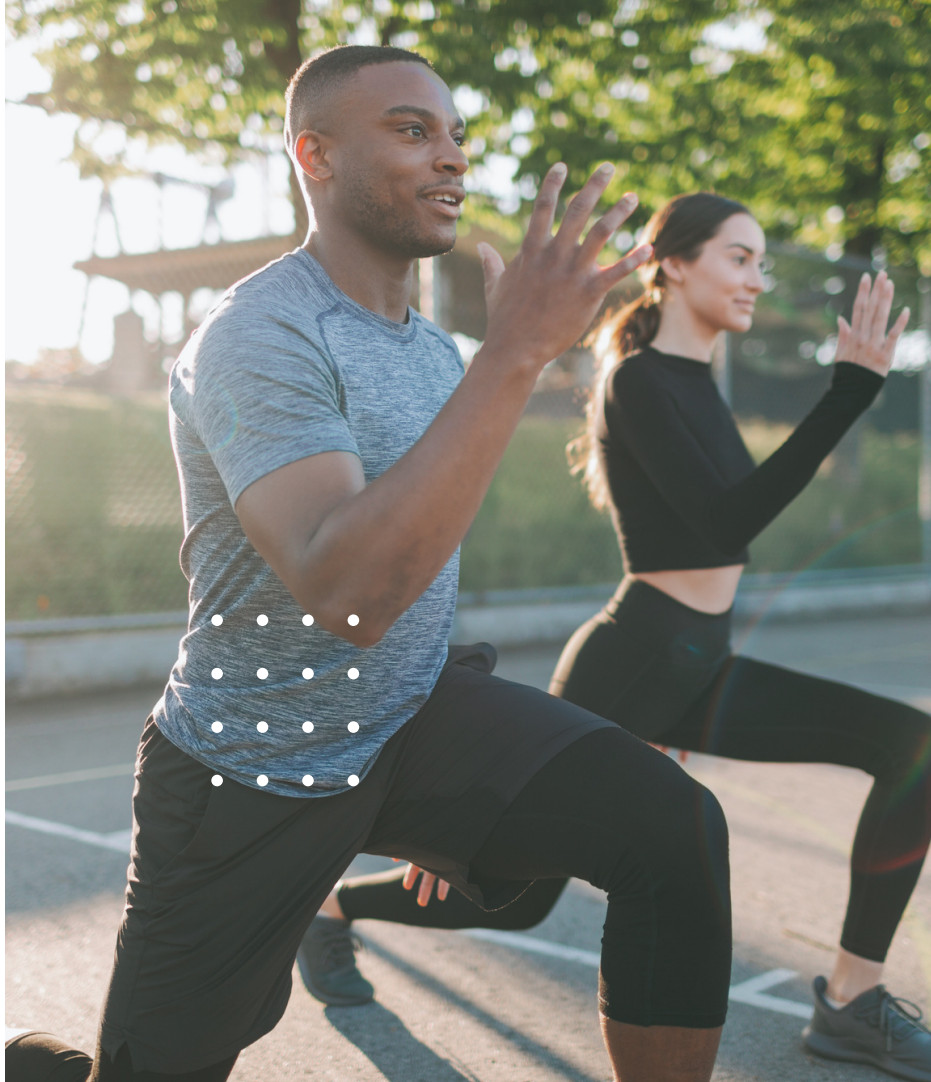
Analice su entorno

Conozca el contexto, recursos y su origen, presupuestos, equipo, instalaciones.

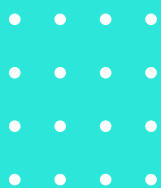


Establezca sus objetivos

Tenga en cuenta que los objetivos sean realistas, concretos, medibles, y motivacionales, procurando siempre la mejora continua de la liga.



PARA UNA ÓPTIMA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA TENGA EN CUENTA ESTOS FACTORES



Puesta en marcha de los planes de acción:

Desarrollo de las diversas actividades, las cuales deben ser bien definidas, con los tiempos y los presupuestos asociados.



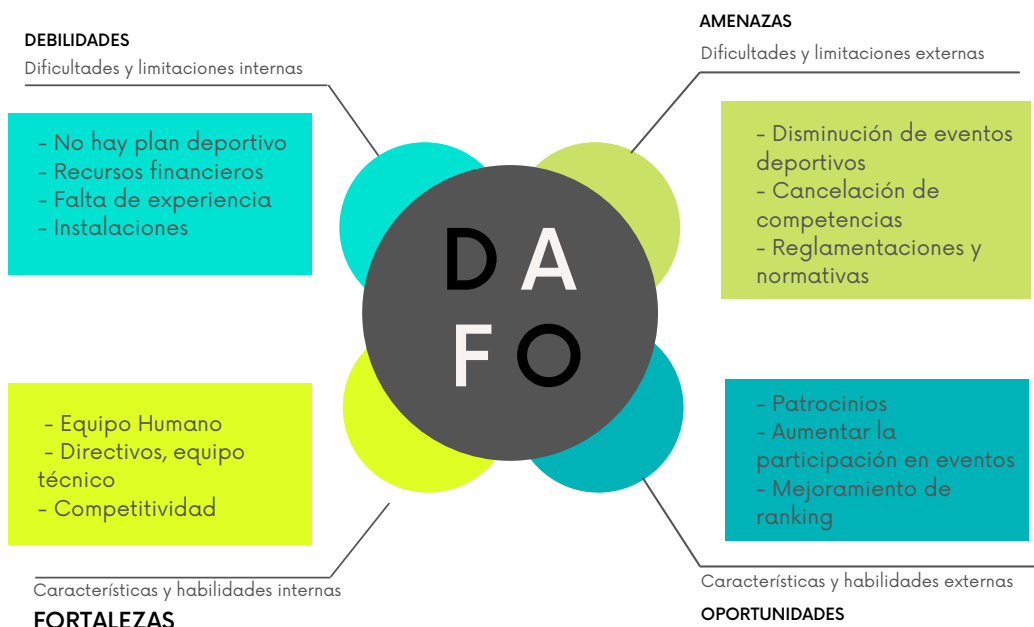
Evaluación y control:

Se debe hacer el seguimiento a los planes propuestos para medir su efectividad y resultados obtenidos.

En este punto, nace la creatividad y la innovación, ya que cuando se conocen los puntos débiles y fuertes, el entorno, las tendencias y los cambios, aparecen las habilidades que probablemente se desconocían o no se sabía cómo optimizarlas.

Otra herramienta de dirección estratégica primordial para llevar a cabo una correcta gestión, por tanto identifique las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la liga, definiendo su competitividad, identificando los aspectos positivos, reforzar los aspectos más fuertes, minimizando los aspectos negativos.

EJEMPLO DE MATRIZ DOFA



Una vez implementada la planeación estratégica, se debe reforzar la filosofía y los valores de la liga al interior, para esto puede aplicar la fórmula AIDA, en los cargos administrativos, equipo técnico, equipo auxiliar y todos los deportistas adscritos.

- **Atención:** Despertar la atención del personal hacia los valores definidos como liga.
- **Interés:** motivar el interés del personal en dichos valores, demostrando su eficacia en función de los objetivos planteados.
- **Deseo:** Despertar el deseo hacia los valores, logrando las metas propuestas.
- **Acción:** generar la decisión de actuar en función de los objetivos de la liga.



MARKETING

DEPORTIVO

El marketing deportivo abarca diversas estrategias de comercialización de ofertas que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores del deporte y, además, es un mecanismo promocional de alto impacto para todo tipo de mercados

Este proceso de mercadeo involucra la participación de algunos actores determinantes:

- Participantes primarios: los deportistas que practican cada disciplina deportiva.
- Participantes secundarios: tales como los entrenadores, directivos, técnicos.
- Participantes terciarios: los que hacen referencia a los canales de comunicación y anunciantes.

- Espectadores primarios: considerados como aquellos con relación directa al evento deportivo.
- Espectadores secundarios: quienes su acercamiento es a través de los medios de comunicación.
- Espectadores terciarios: aquellos que experimentan de forma indirecta el desempeño de un equipo.

El marketing deportivo permite corregir errores, pero principalmente los previene y potencializa las ventajas competitivas.

ESTRATEGIA

DE COMUNICACIÓN



Es importante contar con un plan de comunicación que permita mejorar y potenciar a la liga deportiva tanto interna como externamente. De manera interna relacionando a los directivos, el cuerpo técnico y los deportistas.

Elaborar un plan anual que presente las actividades a desarrollar con objetivos definidos e indicadores para la medición de resultados, establezca qué plan de entrenamiento debe seguir acorde al programa de competencia.

Defina los periodos de entrenamiento y ciclicidad de sesiones, desarrollando niveles óptimos de la aptitud física deportiva.

Establezca objetivos de la fase preparatoria, asegure contar con el mejor estado determinado previo a la competencia.

Defina una normatividad propia para su liga en donde consigne las pautas que han de seguir los deportistas y su cuerpo técnico, con temas concernientes a horarios, entrenamientos, servicios, comportamiento deportivo, acorde a su filosofía y valores.



Estrategia que hace uso
del internet, página web
y redes sociales

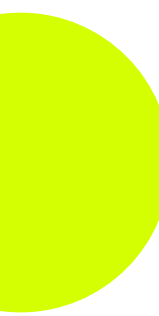
MARKETING DIGITAL

IMAGEN CORPORATIVA

Defina la imagen corporativa de la liga ya que esta refleja los valores y su esencia, establezca un nombre o leyenda, un escudo y colores y tipografía que la identificarán del resto de ligas.

Tenga presente que la tipografía y las fuentes elegidas repercuten fuertemente en la imagen que se quiere transmitir.

Esta imagen debe ser coherente con el mensaje a transmitir.



La comunicación externa busca potenciar la imagen de la liga localmente generando un impacto nacional, planteando comunicaciones que la den a conocer y permitan presentar resultados, mejorando así su posicionamiento y reforzando la imagen de la marca de la liga, dando credibilidad a posibles patrocinadores y seguidores.

MAGIA DEL COLOR

Estudie el significado de los colores para perfilarlos acorde a la filosofía de la liga, los colores se relacionan con las emociones y logran transmitirlos así:

Negro: seguridad, distinción, grandeza.

Blanco: pureza, frialdad.

Azul: serenidad, determinación, razón.

Verde: innovación, modernidad.

Amarillo: sabiduría, bienestar.

Rojo: fuerza, dominio, fortaleza.

Naranja: valentía, esperanza, triunfo.

Morado: misticismo, lujo, sabiduría.

INTERNET Y REDES SOCIALES



- Debe contar con un dominio propio de fácil búsqueda y recordación para su página web.
- Tenga una página web autoadministrable, no requiere de un tercero para sus actualizaciones.
- Consolide el tráfico para poder promover la venta de banners y pauta publicitaria.
- Valide que el lenguaje, comentarios, e imágenes a usar en las redes no sean violentos, discriminatorios, racistas, xenofóbicos, ni homofóbicos.
- Use las historias de las redes sociales para presentar entrevistas a los jugadores y entrenadores.
- Realice crónicas de los últimos partidos jugados, presente sus logros, busque atraer nuevos talentos.
- Cuente con una página que sea referente de una búsqueda de ligas deportivas.
- Utilice contenido creativo con la ayuda de figuras deportivas reconocidas que atraigan nuevos seguidores.
- Procure la interacción del usuario, por medio de comentarios, sitios de intercambio de contenidos como videos, fotos, blogs, foros.
- Maneje una paleta de colores acorde a su logo y defina una imagen corporativa.
- Actualice constantemente material gráfico generando una vinculación afectiva y emocional.
- Vincule las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp asegurando a los seguidores primarios y captación de nuevos seguidores, por medio de las redes de los diferentes clubes que hacen parte de las ligas.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Es importante realizar alianzas estratégicas que favorezcan el funcionamiento de la liga, para lo cual se debe definir aspectos claves en el patrocinio, con el cual se busca que una organización se comprometa a generar un financiamiento a cambio de una representación comercial de su marca o producto, este financiamiento se puede dar en dinero o en especie (uniformes, accesorios, equipos, instalaciones, tiquetes).

Tenga presente algunos de los tipos de patrocinios, para establecer el alcance que se quiere lograr:

Patrocinio de notoriedad

Busca llegar al mayor número de personas del grupo objetivo procurando la recordación de un producto o marca.

Patrocinio de imagen

Asociar el evento con el patrocinador como estrategia de comunicación.

Patrocinio de credibilidad

Patrocinio directo por medio del suministro del equipo e implementos deportivos y posible aporte económico con la finalidad de promocionar sus productos.

PATROCINIOS

CLAVES PARA OBTENER UN PATROCINIO:

- # 04
- **DEFINA LA NECESIDAD DEL PATROCINIO**
 - **IDENTIFIQUE A LOS PATROCINADORES POTENCIALES**
 - **IDENTIFIQUE LOS PRODUCTOS ACORDES AL EVENTO**
 - **ESTABLEZCA EL ALCANCE GEOGRÁFICO Y DEMOGRÁFICO**

Promoviendo un Plan padrino, donde se busca dar apoyo personalizado a deportistas de alto rendimiento con gran proyección, dado por personas naturales o jurídicas que apadrinan un deportista, brindando apoyo en transporte para competencia, inscripción de torneos, implementos deportivos, viáticos.

- # 05
- **PRESENTE SUS FORTALEZAS**
 - **DEFINA UNA PROPUESTA ATRACTIVA**
 - **PRESENTE LOS EVENTOS A PARTICIPAR**
 - **PÚBLICO Y TRÁFICO DE LOS EVENTOS**
 - **DEFINA LA PRESENCIA QUE TENDRÁ LA MARCA**

ESTRATEGIAS

-  **Consolide convenios con entidades educativas y universidades nacionales e internacionales con ofrecimiento de becas deportivas.**
-  **Establezca estrategias para fortalecer alianzas y convenios como realizar cursos de fines de semana o alquiler de campos deportivos con entidades como cajas de compensación, universidades. Algunos de los convenios pueden ofrecer a las empresas patrocinadoras descuentos en cursos de formación para sus empleados o familiares.**



EVENTOS Y ACTIVIDADES

Parte importante de la razón de ser de las ligas deportivas es la competencia, por tanto promueva, organice y participe en eventos deportivos contando con los diferentes clubes para mantener una buena relación activa y sólida.



Invite a un referente comercial local a apoyar y acompañar el evento, permitiendo y promocionando venta de productos que sean atractivos para el público, movilizando nuevos seguidores y generando ganancias que motiven a más empresas a participar y patrocinar la liga de diferentes maneras.

Desarrolle colaboraciones con embajadores de liga que se conviertan en influencers que brinden una imagen reconocida y prestigiosa a la liga, generando motivación interna a los deportistas, y un mejor posicionamiento al público en general.

Procure contar con el apoyo de exjugadores profesionales para ser la imagen y acompañamiento de la liga de manera promocional, esto se convierte en el uso de celebrities correspondientes a deportistas de alto nivel, con reconocimiento público.



Promueva escuelas de formación como principal fuente de ingresos, con planes de entrenamiento acordes a las categorías, contando con grupos mínimos de deportistas asegurando los procesos de contratación de entrenadores.

DISEÑO DE PROGRAMAS

De temporada vacacional con cursos en junio, julio, diciembre, semana de receso en octubre, captando una mayor cantidad de deportistas.

FORMACIÓN DE CURSOS

Fijos entre semana, dando un aprovechamiento máximo a las instalaciones y recurso humano técnico.

DESARROLLE MATERIAL DE MERCHANDISING

El público aficionado a un deporte, tiene la motivación y se anima a comprar productos promocionales relacionados con la liga con la que se identifica, convirtiéndose así en un ingreso económico adicional, aprovechando al máximo los eventos deportivos o torneos realizados.

CURSOS FINES DE SEMANA DE INICIACIÓN AL DEPORTE

Diseñados para aquellas personas interesadas en explorar el deporte, permitiendo el desarrollo de habilidades deportivas, fomentando hábitos saludables.

REALICE TORNEOS POR CATEGORÍAS

Festivales infantiles en asociación con los clubes participantes de la liga.

COMO ACTIVIDAD PROMOCIONAL COMPLEMENTARIA

Puede realizar diversos concursos, permitiendo aprovechar la emoción de los seguidores y fans de la liga para poder tener una participación activa.

ACTUALMENTE LAS EMPRESAS COMPROMETIDAS CON SUS GRUPOS DE INTERÉS SON RECEPTIVAS A IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN A EVENTOS DEPORTIVOS CON RESERVAS EN SU PRESUPUESTO DEFINIDAS EN SU PLAN DE MERCADEO.





ESTRUCTURA DE TALENTO HUMANO

Todo el recurso humano que hace parte de la liga, es muy valioso, y debe conocer la filosofía, misión, objetivos y sus estrategias, para poder transmitirlos correctamente.

ÁREA TÉCNICA

ENTRENADORES
PREPARADOR FÍSICO
DIRECTOR DEL
EQUIPO



LAS LIGAS DEPORTIVAS ADICIONAL A LOS ROLES LEGALES EXIGIDO DEBEN:

COMO MÍNIMO CONTAR CON
UN EQUIPO COMPUESTO
POR 2 ÁREAS: TÉCNICA Y
AUXILIAR.



ÁREA AUXILIAR

PSICÓLOGO
DEPORTIVO
NUTRICIONISTA
FISIOTERAPUETA

Cada liga se diferencia de las demás aunque practiquen el mismo deporte y categoría por aspectos que definen su identidad, por esto es relevante contar con el personal idóneo y capacitado en los roles anteriormente mencionados ya que de estos deben procurar aspectos

TAN IMPORTANTES COMO SON:



DEFINIR

objetivos como liga



ESTRUCTURA

Organizacional



NORMAS

Internas



COHESIÓN

Grupal



SENTIDO

de pertenencia



IDENTIDAD

De metas



PROMOVER

Un buen clima



FORMACIÓN

De valores
compartidos

COMPETENCIAS DIRECTIVAS



**LAS DIRECTIVAS DE UNA LIGA DEPORTIVA DEBEN
CONTAR CON PROFESIONALES CON DOMINIO EN
EL SECTOR EMPRESARIAL Y DOMINIO DEPORTIVO
YA QUE SERA RESPONSABLE DE:**

- Estructura de la organización
- Gestión económica y financiera
- Aplicación de la normatividad vigente
- Diseño de estrategias y definición de objetivos a corto y largo plazo
- Contratar las personas del equipo del área técnica y área auxiliar
- Gestionar la participación competitiva
- Optimizar los recursos disponibles
- Organización y ejecución de proyectos para el fomento del deporte.



3

**PARA EL PROCESO DE
SELECCIÓN DE
ENTRENADORES SE DEBEN
DEFINIR LOS SIGUIENTES
REQUISITOS:**

Ser profesionales o licenciados en
educación física y formación deportiva

1

**EXPERIENCIA EN
FORMACIÓN DE ALTO
DESEMPEÑO Y
ENTRENAMIENTO DE
EQUIPOS, PREFERIBLE CON
PARTICIPACIÓN EN CLUBES
ASOCIADOS A LA LIGA
COMO ENTRENADOR.**

2

**DOMINIO DE
TORNEOS INTER
CLUBES,
INTERLIGAS, O
TORNEOS
RECONOCIDOS.**

3

**CONTAR CON
CERTIFICACIÓN VÁLIDA
COMO ENTRENADOR EN
UNA ENTIDAD
RECONOCIDA Y NO
TENER SANCIONES
DISCIPLINARIAS
DEPORTIVAS.**

EL ÁREA TÉCNICA EN CABEZA DE SU DIRECTOR

Y ENTRENADORES DEBEN ASEGURAR:

Elaborar un plan formativo

Para deportistas acorde al nivel, buscando el desarrollo dentro de la liga.

Organizar cursos de formación

En materia de integridad, no solo para deportistas sino también para dirigentes, identificando educativamente la competición con la integridad y el juego limpio.

Participación

De un equipo interdisciplinario.

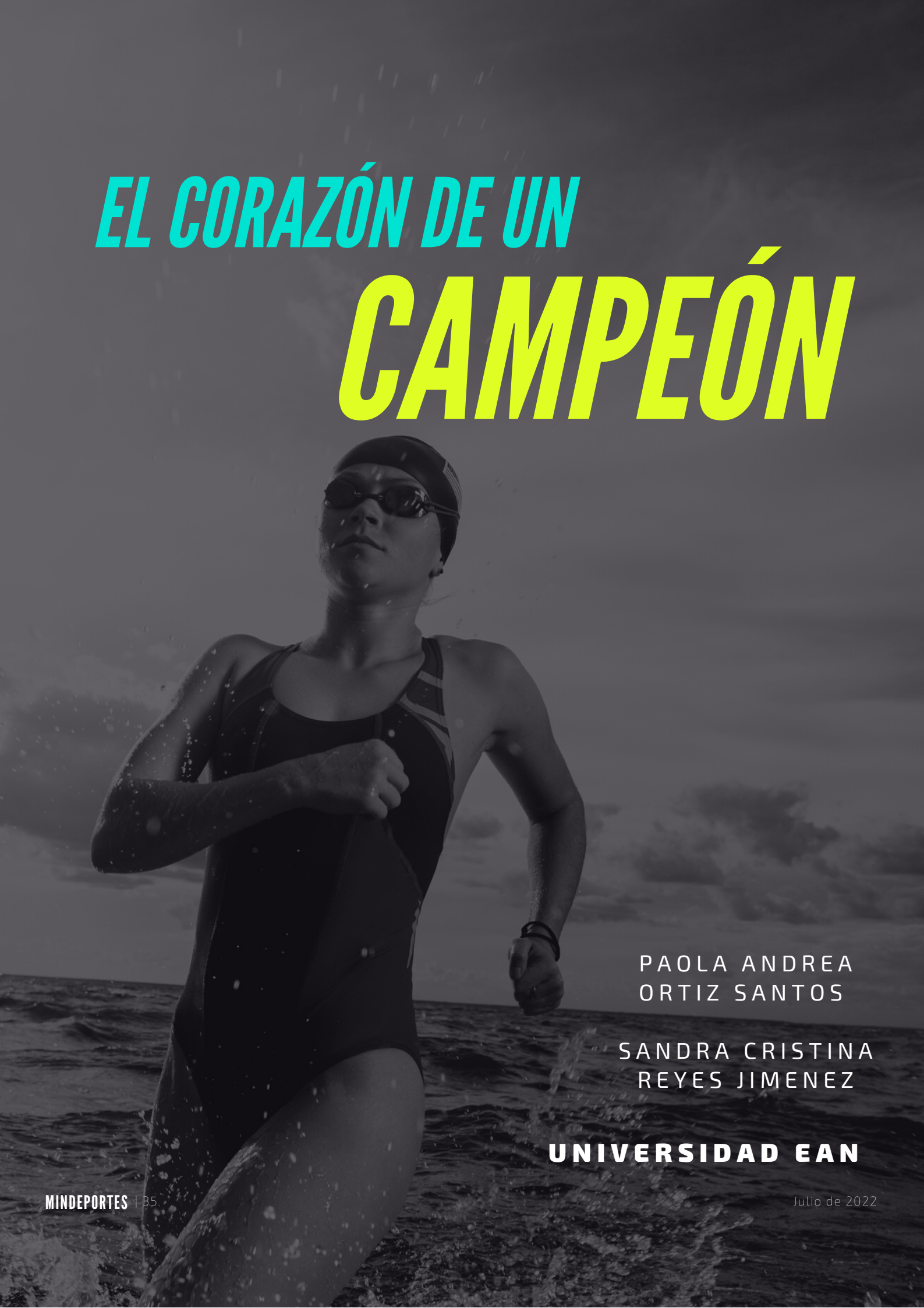
Realizar campañas

Es específicas de concienciación y educación para deportistas, técnicos y dirigentes para la mejora continua de la liga

Procesos de formación

A profesores y entrenadores tanto para preparación física, como parte técnica. Debe contar con cursos y actualizaciones regionales, nacionales e internacionales enfocados a entrenadores, instructores.





EL CORAZÓN DE UN CAMPEÓN

PAOLA ANDREA
ORTIZ SANTOS

SANDRA CRISTINA
REYES JIMENEZ

UNIVERSIDAD EAN