

Smart

PATROCINIO

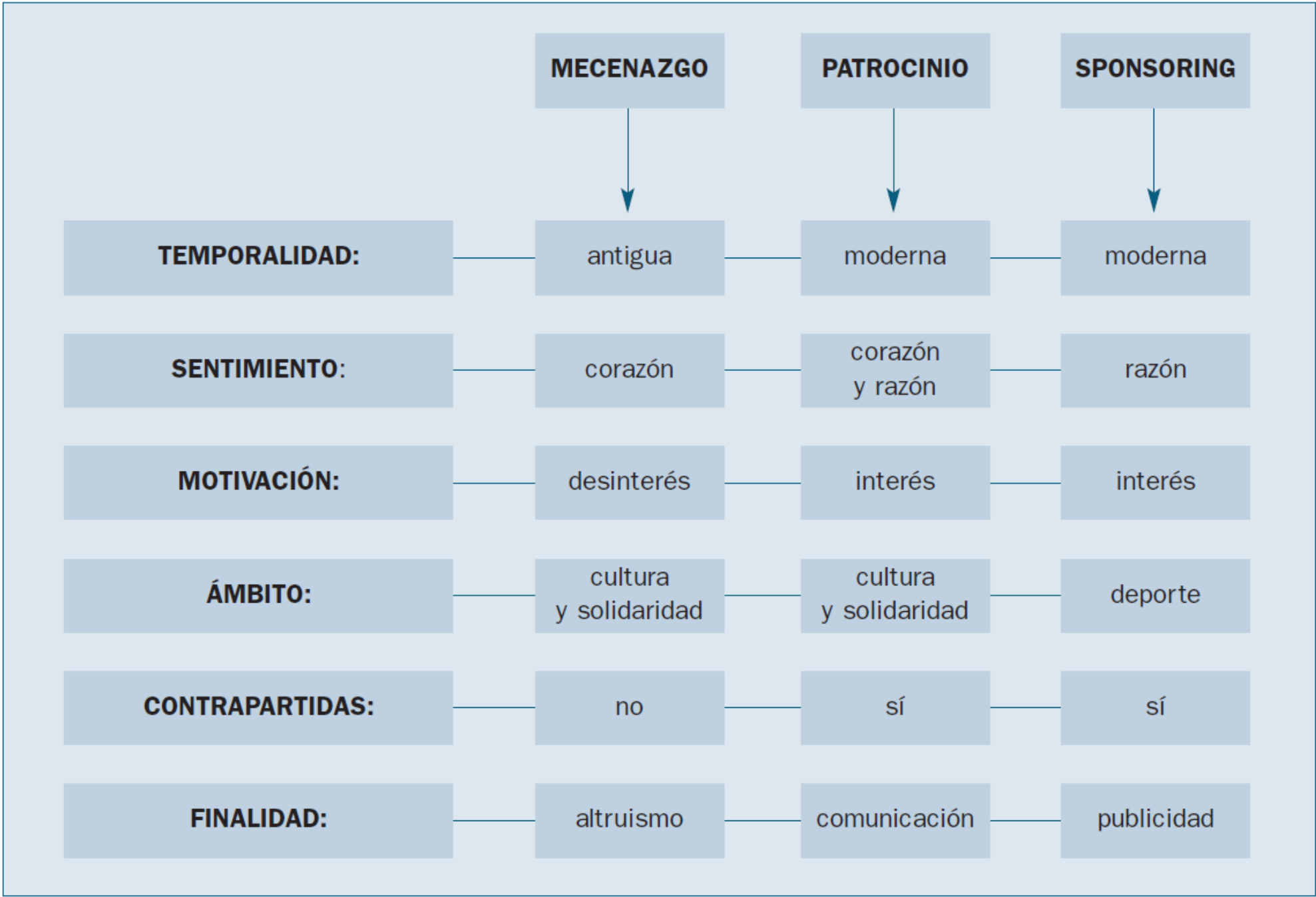
Smart

CONTENIDO

- PATROCINIO, MECENAZGO, SPONSORING, PUBLICIDAD
- DEFINICIÓN DE PATROCINIO
- OBJETIVOS DEL PATROCINIO
- FASES DE TRABAJO PARA EL PATROCINIO
 - Dossier
 - Propuesta de patrocinio
 - Buscar patrocinadores
- CONSEGUIR LA ATENCIÓN DEL PATROCINADOR
- CARTA DE PATROCINIO
- TIPS PARA OBTENER EL PATROCINIO

Smart

MECENZAGO, PATROCINIO Y SPONSORING



Voces de cada una de las herramientas

PATROCINIO Y PUBLICIDAD

	PATROCINIO	PUBLICIDAD
INTENCIÓN:	comunicar	vender
COMUNICACIÓN:	sugerida	directa
IMAGEN:	de empresa o marca	de producto
MENSAJE:	asociado o implícito al del patrocinado	propio, explícito
CONTROL EFICACIA:	difícil medida	medible
IMPACTO:	medio y largo plazo	corto plazo
PRESUPUESTO:	complementario	principal
INTEGRACIÓN EN LA GESTIÓN:	poco integrado	integrado
ACTITUD DE LA EMPRESA:	voluntarista	obligado
SUJETOS INTERVINIENTES:	público, marca (o empresa), evento y medios	público, marca (o empresa) y medios

EL PATROCINIO LEGALMENTE HABLANDO

Acuerdo entre dos personas por el que una de ellas, llamado patrocinado, se compromete, a cambio de una aportación económica, a la realización de una determinada actividad deportiva, benéfica, cultural o científica, que supone publicidad para el patrocinador.

(Ley General de Publicidad de 1988, art. 22)
de texto

El contrato de patrocinio o sponsor «es un contrato atípico, por el que una parte se obliga a realizar una actividad (en este caso, certamen de elección de "reina") y la otra a financiarla total o parcialmente, a cambio de que aparezca como tal sponsor y se haga publicidad en interés suyo»
(STS, 1.º, 30-IV-2002, rec. 3460/1996).

Una prestación de servicio de publicidad llevada a cabo por la entidad a cambio de una contraprestación económica.

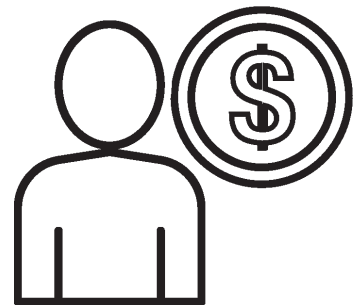
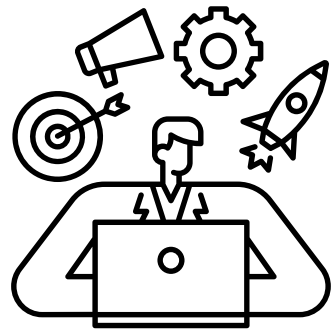
21% de IVA

PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Smart

EL PATROCINIO

HERRAMIENTA DE MARKETING



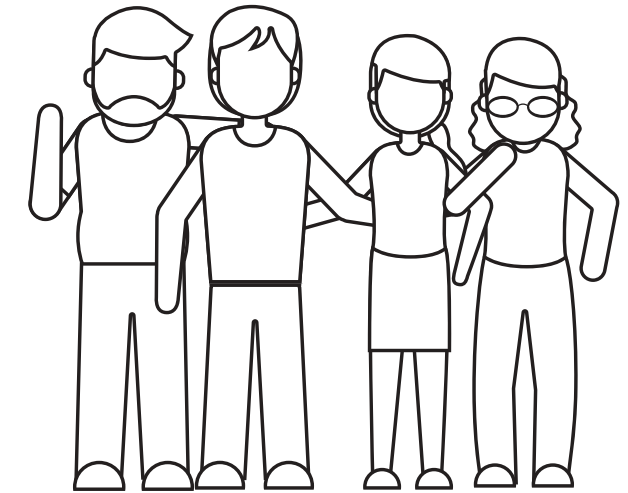
HERRAMIENTA DE FINANCIACIÓN

Colaboración entre dos entidades

Imagen
Reputación
Notoriedad

PÚBLICO

Compensación económica/especies



OBJETIVOS

PATROCINADOR

- Mejorar la imagen de la marca o de la empresa,
- incrementar su notoriedad,
- comunicar un mensaje de empresa sensible,
- ampliar su público y/o mercado,
- introducir un nuevo producto,
- relacionarse con el sector público, etc.
- Diferenciarse de la competencia

PATROCINADO

- Recursos económicos o en especie
- Posicionamiento
- Validar su imagen
- Fidelizar a su público
- Llegar a más público

El patrocinio es el arte de hablar de uno mismo hablando de otra cosa

Smart

ASPECTOS CLAVES

EXCLUSIVIDAD

PÚBLICOS Y AUDIENCIAS COMUNES

OBJETIVOS DEL PATROCINADOR

NECESIDADES DEL PATROCINADO

TIPO DE COMPENSACIÓN

Smart

FASES DE TRABAJO PARA BÚSQUEDA DE PATROCINIO

- Dossier del proyecto: explicación breve del proyecto pero completa
- Propuesta de patrocinio
 - Motivaciones, ¿por qué vamos a ellos?
 - Formato del patrocinio
 - Propuesta económica y contrapartidas que se ofrecen
 - Fórmulas de medición
- La selección de empresas debe hacerse teniendo en cuenta las características del proyecto, los sectores económicos implicados, los valores asociados, y en general, la coherencia entre el proyecto y el posicionamiento de la empresa.
- Base de datos de las empresas, departamentos, y contactar con la persona adecuada.
- Propuesta de trabajo para el seguimiento del patrocinio

DOSSIER DEL PROYECTO

No es suficiente un proyecto adecuado y atractivo, debe estar bien explicado y presentado

- ¿De qué se trata?
- ¿Cuáles son los objetivos?
- ¿Quién lo hace?
- ¿Dónde se hace?
- ¿A quién va dirigido?
- ¿Cuándo se hace?
- ¿Qué cuesta?
- ¿Cómo se financia?
- ¿Qué publicidad y comunicación originará?
- ¿Qué instituciones le dan apoyo?

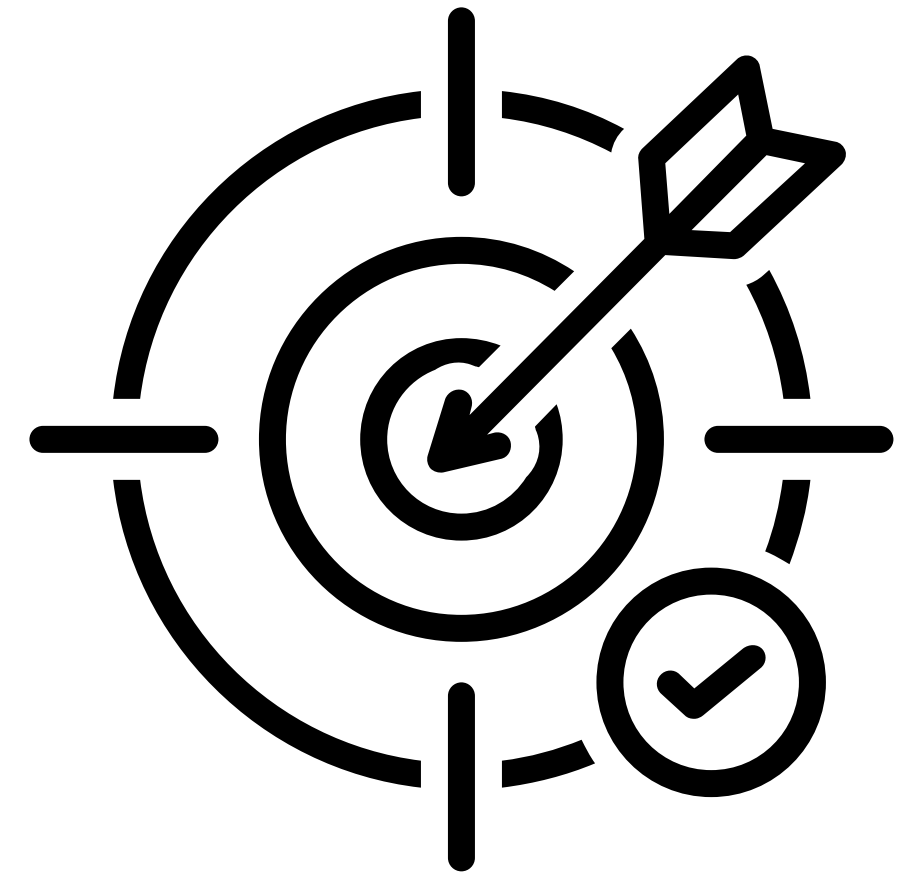


PREPARACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATROCINIO

MOTIVACIONES

Objetivos empresariales

- Posicionamiento -- asociar nuestro proyecto a su posicionamiento
- Oportunidad -- Hitos de la empresa: Aniversarios /Acontecimientos de actualidad o noticia: restauración monumentos, homenajes, etc...
- Coincidencia de públicos objetivos entre la actividad patrocinada y la empresa
- Notoriedad e impacto
- Identificación con el territorio o localidad
- Afinidad temática
- Prestigio
- Publicidad implícita o asociada al proyecto patrocinado
- Responsabilidad social
- Compensación de una imagen negativa
- Llegar a nuevos públicos
- ...



PREPARACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATROCINIO

FORMATO

- Patrocinio exclusivo
- Patrocinio compartido
- Patrocinio compartido y exclusiva sectorial
- Patrocinio en especie (sala, ropa, productos...)
- Soporte institucional



Nuestros patrocinadores

BENEFACTORES



PROTECTORES



COLABORADORES



BECAS

PREPARACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATROCINIO

PROPUESTA ECONÓMICA

Coherencia en las contraprestaciones y en la cantidad que se solicita.

COHERENCIA: Informar del % de lo que se solicita implica en la financiación total.

TRANSPARENCIA: Otras fuentes de financiación y % de participación.

SINCERIDAD: en qué se va a utilizar los recursos que facilitan.

CONTRATO: Establecer formas de pago, fechas, etc.



Saber cuándo hablar de la partida económica.

Smart

PREPARACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATROCINIO

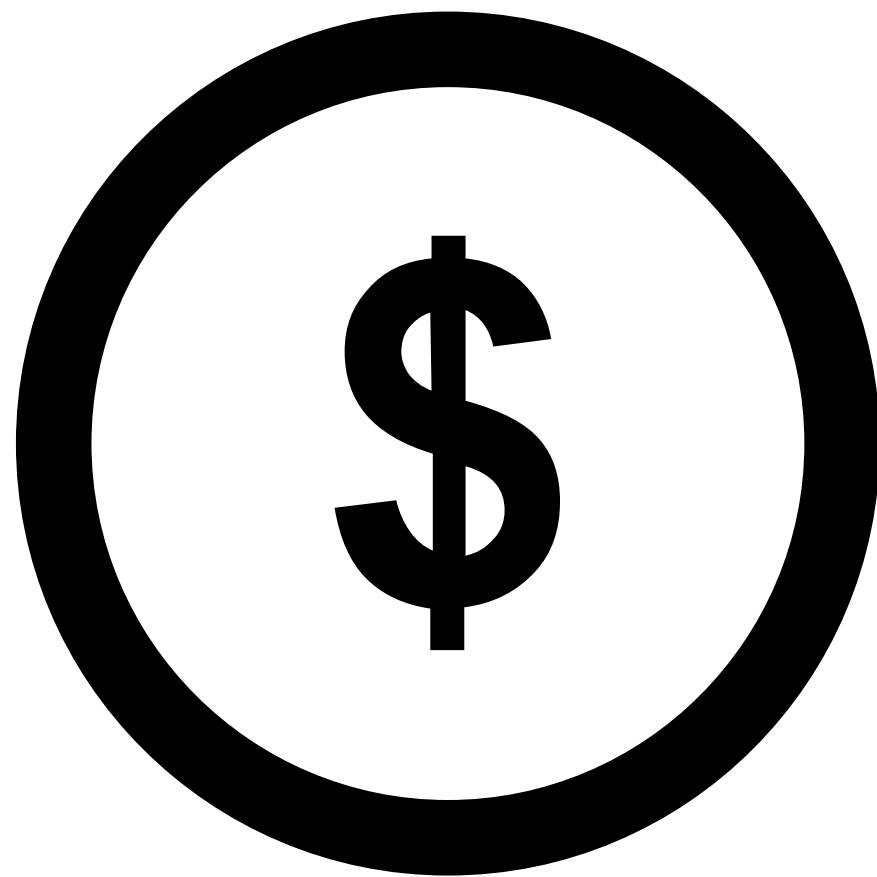
CONTRAPARTIDA / FÓRMULAS DE MEDICIÓN

- Acto institucional de firma
- Presencia en los soportes de publicidad y difusión
- Publicidad estática
- Recepción de publicaciones
- Actos formales
- Acto de agradecimiento
- Entradas gratuitas
- Placa conmemorativa
- Disposición de espacios
- Sesión exclusiva
- Tarjeta identificativa
- Publicidad de agradecimiento
- Publicidad del patrocinador
- Integración en los órganos superiores
- Ensayos generales
- Contenidos exclusivos
- Eventos para empleados
- Participar en algunas partes del proyecto
- Presencia en redes sociales con contenido exclusivo
- Promociones clientes

PREPARACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATROCINIO

CONTRAPRESTACIÓN PATROCINADO

- Económica



- Especies

- Recursos informáticos
- Recursos tecnológicos
- Obsequios nuestros clientes
- Comunicación RRSS
- Comunicación en sus públicos de interés
- Catering
- Cartelería
- Ropa
- Transporte
- Alojamiento
- Recursos humanos
- Espacios
- Puntos de venta
-

SELECCIÓN ENTIDADES

COHERENCIA ENTRE LA EMPRESA Y EL PROYECTO

- Asociación de valores - compartirlos
- Sentirnos identificados con la marca
- Compartir motivaciones
- Objetivos
- Pensar en nuestro público e imagen
- Tamaño de la entidad
- Territorio
- Compartir público
- Nuevos públicos interesantes para ambos
- Competencias entidades

COLABORACIÓN



CONTACTOS

DEPARTAMENTOS QUE PUEDEN GESTIONAR PATROCINIOS

- Agencias de comunicación
- Agencias de medios
- Responsabilidad Social Corporativa
- Recursos Humanos
- Marketing
- Dirección, responsable
- Órgano de administración
- Gestor de proyectos
- ...

CONOCER ORGANIGRAMA



SEGUIMIENTO DEL PATROCINIO

- Indicadores de medición
- Informes que se van a mandar para que valoren el patrocinio
- Personas responsables de la entidad
- Necesidades del patrocinador
- Canales de comunicación
- Datos que se van a obtener
- Reportes de prensa
- Encuestas de evaluación
- Proyectos similares --> patrocinadores



PARA OBTENER UN PATROCINIO NO ES SOLO EL PROYECTO

Capacidad para generar significados compartidos

Una buena narrativa (Storytelling)

Un buen mix de marketing, que construya una excelente experiencia de espectador/consumidor

Buena comunicación

Buena organización: imaginativa, proactiva, dinámica, abierta

Smart

PATROCINIO CULTURAL

CULTURA = EXPERIENCIA

El Sol de York : Representó su obra de teatro en una tienda de muebles, consiguió que fueran los medios. Le patrocinó con la escenografía.

Fundación BBVA: patrocinó el museo del Prado a cambio de visitas guiadas exclusivas para sus empleados

Contenido humor donde siempre estaban tomando mahou.

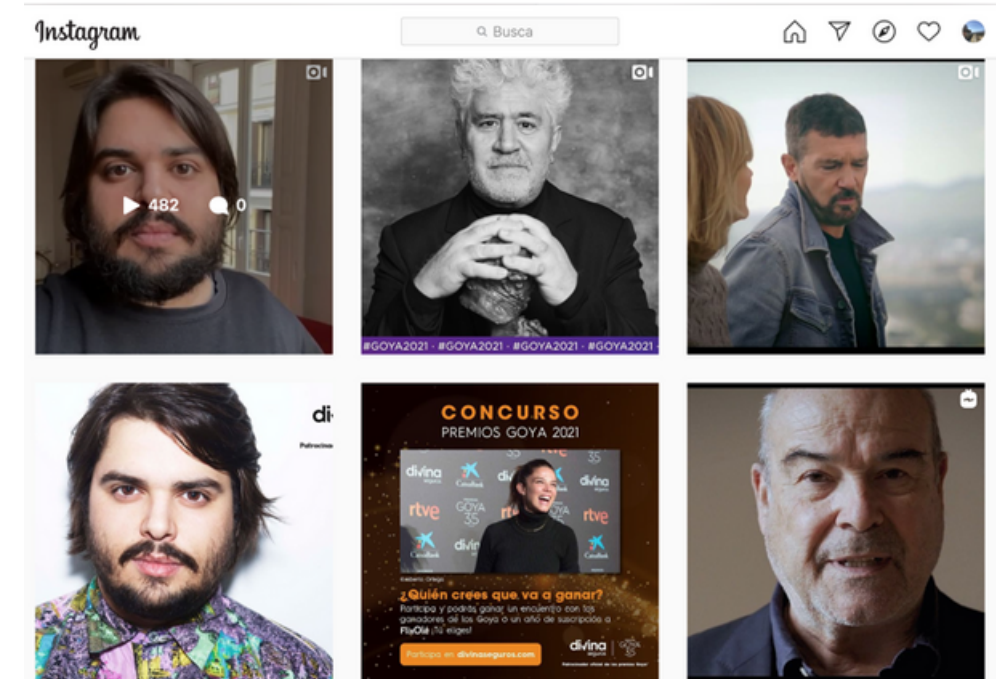
Producto personalizado



Por los pelos -- Patrocinado por Marco Aldany



DIVINA PASTORA- GALA DE LOS GOYA



Smart

EL PATROCINADOR

El patrocinio es una carrera de fondo

1. Ser capaces en menos de 3 minutos captar la atención y generar interés
2. Enviar mail corto y directo con la finalidad de conseguir una reunión
3. Conseguir la reunión, interpretarla e ir dosificando la información
4. Con el feedback de la reunión, adaptar la propuesta de patrocinio
5. Una segunda reunión para concretar contrapartidas posibles.
Siempre dar más de una
6. Con la contrapartida definida, poder hablar de números
7. Firmar el contrato.

1. Carta de presentación
2. Denominación del proyecto
3. Objetivos
4. Descripción de la actividad
5. Público objetivo y ámbito de actuación
6. Presupuesto actividad
7. Soportes de comunicación
8. Solicitud de patrocinio/ y contrapartidas al patrocinador
9. Anexos

EL PATROCINADOR

CARTA DE PATROCINIO

Antes de escribir la carta...

Finalidad: conseguir una reunión

Personalizada

Necesidad del patrocinador



Patrón de la carta

Oportunidad

Información públicos

Beneficios

Llamada a la acción



Tono

Colaboración

Alianza

Relación con tu público

Beneficios, canales, objetivos



Seguimiento

Dejar tiempo para que puedan leer

Llamar por teléfono

Conseguir feedback

Solicitar la reunión



EL PATROCINIO MARKETING

- ¿Qué queremos conseguir con el patrocinio? - Objetivos
- ¿Cuál es el % de la financiación de nuestro proyecto que va a ser a través del patrocinio?
- ¿Cómo vamos a medir el patrocinio?
- ¿Qué tiempo vamos a dedicar a preparar y buscar patrocinadores?
- ¿Qué vamos a hacer si no conseguimos patrocinadores? ¿Cómo vamos a conseguir la financiación y esos objetivos?
- ¿Cuáles son los criterios que vamos a adoptar para seleccionar patrocinadores?
- ¿Vamos a externalizar alguna partida?
-



TIPS

- Investiga a los posibles patrocinadores
- Desarrolla una potente red de contactos (linkedin)
- Mejor cuanto más alto en la organización puedas contactar
- Intenta hablar un lenguaje parecido al del patrocinador
- Más allá de la aportación económica, hay otras aportaciones que el patrocinador puede hacer por ti y tu proyecto
- Se flexible e innovador en cuanto a contraprestaciones
- Amplia tus visión sobre posibles patrocinadores (agencias, asociaciones, fundaciones)
- Prepara un dossier
- No te olvides del seguimiento
- Conócete a ti mismo y sé autocrítico
- Ponte siempre en la piel del patrocinador



RECURSOS

Fundaciones

ww.fundaciones.es/es/buscador-fundaciones

The screenshot shows the homepage of fundaciones.es. At the top, there are logos for 'fundaciones.es' and 'aef'. Below the logos is a navigation bar with 'ACERCA DE', 'DIRECTORIO', and 'INFORMES'. The main content area features a 'BUSCADOR DE FUNDACIONES' (Search for Foundations) section with various filters: 'Nombre', 'Provincia', 'Comunidad autónoma', 'Ámbito de actuación', 'Fecha de constitución' (with 'Desde' and 'hasta' date pickers), 'Beneficiarios', 'Actividades', and 'Tipos de fundadores'. There are also checkboxes for 'Combinar varios valores (AND)' and buttons for 'LIMPIAR FILTROS' and 'BUSCAR'. Below the search section, there are two columns of statistics. The left column, 'GRÁFICAS DE ESTADO GENERAL', includes a chart titled 'CONSTITUCIÓN Y EXTINCIÓN (1978-2013)' showing the number of foundations created and extinguished over time. The right column, 'MÁS VISITADAS', lists the top 5 most visited foundations with their names, logos, and hit counts.

Años	Creadas	Extinguidas
1978	1000	0
1979	1200	0
1980	1500	0
1981	1800	0
1982	2000	0
1983	2200	0
1984	2500	0
1985	2800	0
1986	3000	0
1987	3200	0
1988	3500	0
1989	3800	0
1990	4000	0
1991	4200	0
1992	4500	0
1993	4800	0
1994	5000	0
1995	5200	0
1996	5500	0
1997	5800	0
1998	6000	0
1999	6200	0
2000	6500	0
2001	6800	0
2002	7000	0
2003	7200	0
2004	7500	0
2005	7800	0
2006	8000	0
2007	8200	0
2008	8500	0
2009	8800	0
2010	9000	0
2011	9200	0
2012	9500	0
2013	9800	0

Rango	Nombre	Logo	Hitos
01	Help Freely Foundation F.C.		47/100 13.805 hits
02	FUHEM		56/100 4.931 hits
03	Fundación MAPFRE		55/100 4.234 hits
04	Fundación Amigó		55/100 4.219 hits
05	Fundación Laboral Sonsoles Ballvé Lanter...		47/100 4.212 hits

Patrocinam

<https://patrocinam.com/>



PATROCINAM

Punto de encuentro entre Proyectos, Marcas y Eventos

PatrocinaM es la primera plataforma, a través de la cual proyectos culturales, sociales, deportivos y científico - tecnológicos pueden encontrar a su patrocinador ideal, a...

Smart

GRACIAS