



FELIPE DE SANDE  
27 noviembre 2010

# JORNADA DE PATROCINIO DEPORTIVO EXTREMADURA 2010

27 de noviembre 2010

Salón de Actos Facultad Ciencias del Deporte CÁCERES  
Universidad de Extremadura

JUNTA DE EXTREMADURA



**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

# **CONCEPTOS BÁSICOS DE PATROCINIO DEPORTIVO**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **PATROCINIO DEPORTIVO**

### **ACCIÓN DE PATROCINAR:**

- **DEFENDER**
- **PROTEGER**
- **AMPARAR**
- **FAVORECER**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **PATROCINIO DEPORTIVO**

### **QUÉ ES PATROCINIO??**

**FINANCIACIÓN TOTAL O PARCIAL DE  
UNA ACTIVIDAD CON LA FINALIDAD DE  
RETORNO ECÓNOMICO/ IMAGEN  
POSITIVA PARA EL PATROCINADOR**



**Jornada de Patrocinio Deportivo**

**Cáceres 27 de noviembre 2010**

<b>MEDIOS NO CONVENCIONALES</b>	<b>2009</b>	<b>% Inc. 09/08'</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>
Actos de Patroc., Mecenaz., Mark.Social y RSC	500,3	-12,2	569,5	495,1	438,9	401,5	348,4
Actos de Patrocinio Deportivo	436,3	-4,6	457,6	623,4	560,6	493,0	470,5

**2009**  
**436,3 millones de euros**  
**Inversión en Patrocinio Deportivo**  
**¿Por qué yo no?**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

**PATROCINIO  
NO ES**

**~~SUBVENCIÓN~~**

**No hay un móvil publicitario**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

**La subvención es simplemente  
una atribución patrimonial  
(dinero habitualmente) a fondo  
perdido, sin obligación de  
restitución para el beneficiario**



**El Patrocinio es un  
contrato de comunicación  
que exige unas  
contraprestaciones  
establecidas**





# Jornada de Patrocinio Deportivo

Cáceres 27 de noviembre 2010



## Búsqueda y Captación





**QUE OBJETIVOS BUSCAN LA EMPRESA O ENTIDAD A LA HORA DE PATROCINAR:**

- modificar o reforzar la percepción pública de la empresa
- insertar la empresa en la comunidad
- sacarle ventaja a la competencia asociándose o a través de la exclusividad
- incrementar la popularidad de la empresa
- identificar la empresa con determinados segmentos del mercado
- lograr objetivos de venta





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

~~**NO**~~

“yo necesito dinero y tu lo tienes”

~~**NO**~~

“yo tengo dinero y tengo que darlo”

**SI** ✓

“juntos conseguiremos nuestros objetivos”





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

Cáceres 27 de  
noviembre  
2010

**¿¿¿TENEMOS UN PROYECTO SERIO???**  
**PROYECTO DE PATROCINIO  
DEPORTIVO EXIGE**

**DEDICACIÓN**

**CONSTANCIA**

**PACIENCIA**

**COMPROMISO**

**Y...?**



**Jornada de Patrocinio Deportivo**

**Cáceres 27 de noviembre 2010**

# COMUNICACIÓN

**LA COMUNICACIÓN**  
no será importante será

**VITAL**

ya que sin ella un buen trabajo y unas buenas acciones pueden quedarse en nada.





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **PROYECTO DE PATROCINIO**

- Significado del patrocinio para el club y objetivos del mismo
- Categoría y nivel deportivo
- Calendario de actuaciones y localización de las mismas: listado de viajes previstos
- Curriculum deportivo de los participantes en el proyecto: Para valorar el nivel deportivo y de repercusión
- Contraprestaciones ofrecidas: Este es el apartado más extenso. En él hay que tipificar cada una de las contraprestaciones que se está dispuesto a ofrecer Acciones comerciales, acciones con la cantera, propuesta de soportes de comunicación... etc. (**IMPLICA CREATIVIDAD**)
- Presupuesto del equipo
- Plan de medios de comunicación: siempre reflejando positivamente al patrocinador
- Medición Retornos de Inversión ROI ¿Cuánto valemós?



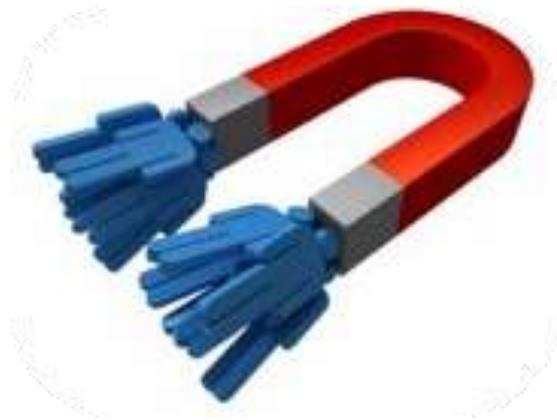


**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

**¿SOMOS CAPACES DE OFRECER UN  
PRODUCTO SUFICIENTEMENTE  
ATRACTIVO?**

**¿SABEMOS VENDERLO?**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **COMPARTIENDO OBJETIVOS**

**A) DEFINIR CLARAMENTE CUÁLES SON  
LOS OBJETIVOS QUE PERSIGUEN LAS  
DOS PARTES IMPORTANTES DE DICHA  
RELACIÓN, ASÍ COMO LOS BENEFICIOS  
QUE VAN A OBTENER AMBAS.**

**B) CONCORDANCIA ENTRE LOS  
VALORES DEL DEPORTE PATROCINADO Y  
LOS DE LA MARCA PATROCINADORA.**



**Jornada de Patrocinio Deportivo**

**Cáceres 27 de noviembre 2010**

**DEPORTISTA,  
DEPORTE, CLUB O  
ACTIVIDAD  
PATROCINADA**

**EMPRESAS,  
FUNDACIONES  
INSTITUCIONES**

**VALORES  
TRANSMITIDOS**

**ESTRATEGIA  
EMPRESARIAL  
SOCIAL  
COMUNICACIONAL**

**patrocinador**

**patrocinado**





- ❑ ventajas tangibles e intangibles del patrocinio
- ❑ **TODA** empresa puede patrocinar una actividad
- ❑ Búsqueda de un tipo de imagen con unas características y unas connotaciones intangibles concretas lo que lleva a las compañías a patrocinar
- ❑ Asociamos la imagen al deporte, una forma de vida que todo el mundo busca

## Beneficio mutuo patrocinado VS patrocinador





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

Cáceres 27 de  
noviembre  
2010

## **EMPRESAS**

Buscan asociarse a  
valores

## **DEPORTE**

un mundo activo,  
joven, dinámico,  
solidario y sano





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **DIFERENCIACIÓN**

**El patrocinador a la hora de elegir su representante,  
va a tener en cuenta lo que éste le va a ofrecer**

**POR QUÉ SOY/ SOMOS DIFERENTES?**





**A MI POSIBLE PATROCINADOR**  
**¿QUE LE PUEDO OFRECER?**

**DIFERENCIACIÓN**

**CREATIVIDAD**

**EFICACIA  
SERIEDAD  
COMPROMISO**

**objetivos  
comunes**





# Jornada de Patrocinio Deportivo

Cáceres 27 de noviembre 2010

## Compromisos Retornos Patrocinio

### Imagen

- Paseo / Entrenamiento / Protocolo/Competición
- Terreno de Juego
- Vallas Marcador
- Traseras de Prensa / Photocall
- Cartelería/Entradas/Abonos
- Papelería

- Web y otros medios telemáticos
- Blogs/ Redes Sociales
- Apoyo a la cantera
- Equipos Filiales/Secciones Promoción Deporte Base
- Compromiso Social
- Acciones de comunicación de la marca e institucionales



**Jornada de Patrocinio Deportivo**

**Cáceres 27 de noviembre 2010**

**DEMOSTREMOS QUE ES RENTABLE**  
**SOCIAL**  
**Y ECONÓMICAMENTE**

**DEPORTE/EMPRESA DEBE DEMOSTRAR QUE EL PATROCINIO NO ES UNA INVERSIÓN INNECESARIA o SUPERFLUA**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **NO ES GASTO ES INVERSIÓN**





## DEPORTE ESTÁ MEDIATIZADO

- empresas o instituciones
- patrocinan eventos deportivos
- actividades o actos con deportistas
- repercusión popular
- reportar impacto
- sociedad
- medios de comunicación
- popularidad





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

# **MEDICIÓN DE LOS RETORNOS**

## **¿SABEMOS CUANTO VALEMOS?**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

Cáceres 27 de  
noviembre  
2010

## ESTUDIO DE VISIBILIDAD

**TELEVISIÓN**  
valores estimados

imágenes  
en TV

Minutado  
de  
audiencia

**PRENSA**  
valores estimados

imágenes y  
menciones  
prensa\*

datos de  
audiencia\*

\*FUENTES  
EGM/Sofres





**Jornada de Patrocinio Deportivo**

Cáceres 27 de noviembre 2010

## TANGIBLES



**TV**



**RADIO**



**PRENSA**



**INTERNET**



**OTROS MEDIOS**



**EVENTO**



## INTANGIBLES

tendencia a que el verdadero valor de un patrocinio sea el rendimiento en lo intangible.

**--VALORES SOCIALES**

**--VINCULACIÓN EMOCIONAL**





**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

## **Parámetros de Análisis**

**Noticias:** recuento de noticias relacionadas

**Referencias:** recuento de apariciones

**Titulares en prensa:** noticias que citan en título, subtítulo o antetítulo al club/imagen

**Fotos en prensa:** recuento de fotografías publicadas en relación a la Imagen

**Impacto de Difusión en prensa:** acumulado de la difusión de cada referencia (fuente OJD).

**Impacto de Audiencia en prensa:** número de lectores de cada referencia (fuente EGM).

**Impacto de Audiencia en televisión:** número de espectadores de cada referencia (fuente SOFRES).

**Espacio en prensa:** superficie en páginas dedicado a CLUB/IMAGEN

**Duración en radio o televisión:** tiempo de emisión dedicado.

**Valoración económica:** retorno en euros del impacto de la marca según las tarifas de publicidad de los medios.



**Jornada de  
Patrocinio  
Deportivo**

**Cáceres 27 de  
noviembre  
2010**

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**

**[www.deportextremadura.org](http://www.deportextremadura.org)**

**SOMOS  
DEPORTE**

