



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas

Mejores Prácticas - Experiencias Exitosas

1. Programa Nacional: **OLIMPIADAS ESPECIALES ECUADOR**
2. Nombre del Proyecto: **SONY, MAKE.BELIEVE LOS SUEÑOS DE OLIMPIADAS ESPECIALES**
3. Año: **2011, 2012, 2013**
4. Cliente / Aliado: **SONY**
5. Perfil del Cliente o Aliado: **Empresa líder en tecnología a nivel mundial, que busca ampliar su conocimiento público en ventos deportivos/sociales en el país.**
6. Canal de Recaudación: **Auspicio por presencia de marca en eventos de ambas instituciones**
7. Origen / Antecedentes del Proyecto:
A finales de 2009 buscamos a esta empresa para tener un acercamiento y formar la alianza, mostrando como les gusta a ellos involucrarse con el deporte y siguiendo el ejemplo de OE Panamá.

Fueron varias reuniones y adelantos paulatinos para en el 2010 tener una reunión importante en la que se comprometieron en ayudar en el 2011.

Para principios del 2011, concretamos una alianza y con Rueda de Prensa firmamos nuestra alianza que creemos que se está fortaleciendo cada año.

Ahora estamos presentes en varios de los eventos de ellos y SONY tiene muy buena presencia de marca en nuestros eventos.
8. Objetivos del Proyecto:
Olimpiadas Especiales Ecuador tiene como una de sus metas encontrar aliados o auspiciantes que sean líderes de categoría, es por esta razón que estamos con el líder nacional en cosméticos (YANBAL), líder nacional en bebidas hidratantes (GATORADE), líder nacional en Cooperativas (Coop. 29 de Octubre) y por esta razón queremos estar con el líder nacional y mundial en electrónica (SONY).



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas

Al estar con SONY sabemos que nuestros eventos iban a tener una mayor cobertura e interés para medios, a otros auspiciantes les sonaba bien q SONY sea uno de ellos y SONY quería buscar hacer algo grande con responsabilidad social, era un ganar – ganar y lo sigue siendo.

Nuestra alianza fue por un monto económico que nos ayuda muchísimo; aunque sinceramente le solicitamos un poco más, no podíamos dejar fuera a alguien como SONY que sabe como explotar su marca y sabe como posicionar a las entidades que están junto a ellos.

a. Descripción.

SONY y Olimpiadas Especiales están juntos ya por 3 años en los cuales hemos hecho cosas importantes como ruedas de prensa, eventos, campañas etc. Todo esto con el fin de comunicar que SONY tiene un gran sentido de responsabilidad social, el mismo que se ve reflejado en una organización como Olimpiadas Especiales.

Con el tiempo hemos podido fortalecer la alianza y que uno de nuestros grandes beneficios ofrecidos a nuestro auspiciante es que su personal forma como “Voluntario de Honor” en nuestros diferentes eventos.

b. Cualitativos

Tenemos nuestro alcance a un aliado que llama la atención por donde quiera que vaya, que es sinónimo de calidad, de lujo, de ser “cool” y eso nos cae muy bien, tenemos a su personal motivado al ir a todos nuestros eventos, somos parte primordial en algunos de los suyos, crecemos con ellos como marca y podemos estar en grandes momentos como por ejemplo que nuestra atletas hagan la “Calle de Honor” para la visita de la Copa del Mundo de la FIFA

c. Cuantitativos

9. Estructura del Proyecto

Durante el 2011 y 2012 el auspicio anual fue de \$15.000, pero en este año demostrándoles la presencia de marca de SONY en nuestros eventos y todo lo que les nombramos y por la buena relación que estamos llegando a tener con los directivos el auspicio para el 2013 subió a \$20.000.



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas

Algo muy importante es que tenemos también productos SONY, los cuales tienen un valor muy alto, por ejemplo para los concursos de Pinturas ellos dan los premios a las 12 ganadores, que pueden ser walkmans u otros artículos.

Nos donaron 2tv LCD de 32" para las oficinas de OE.

EN este año nos donarán aparte del monto dos laptops y una TV de 32" para la Escuela que construiremos este año.

Producto (Qué)	Precio (Cuánto)	Plaza (Cuándo, Dónde)	Promoción (Cómo)
AUSPICIO	\$20.000	ECUADOR, ENT DOOS LOS EVENTOS DE OE, Y VARIOS EVENTOS DE SONY	INICIO DE LA ALIANZA ANUAL CON UN ALMUERZO A MEDIOS

10. Beneficios para Cliente / Aliado:

- FIRMA DE UN CONVENIO – RUEDA DE PRENSA ORGANIZADO POR EL AUSPICIANTE
- TENER A SONY COMO LA MARCA QUE DARÁ LA CARA EN LA ASOCIACIÓN
- PRESENCIA EN TODOS LOS ACTOS PUBLICOS QUE SE ORGANICEN CON AUTORIDADES
- PRESENCIA EN ANUNCIOS DE AGRADECIMIENTO DE PRENSA
- PRESENCIA COMO AUSPICIANTE DE OLIMPIADAS ESPECIALES EN TODOS LOS EVENTOS ANTERIORMENTE RELACIONADOS
- PRESENCIA DE MANERA INFORMATIVA EN LOS LUGARES DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS SONY (POP), PARA QUE LA GENTE CONOZCA EL APOYO A OLIMPIADAS ESPECIALES
- PROPUESTA POR LA ACTIVACION DE UNA PIEZA PUBLICITARIA DENOMINADA EL CONDOR DE ORO, QUE PERMITIRA MAYOR PUBLICIDAD DE LA MARCA.
- AUTORIZACIÓN PARA HACER PROYECTOS O CAMPAÑAS DE MANERA EXCLUSIVA CON LA MARCA.
- AUTORIZACIÓN PARA PAUTAR NUESTROS SPOTS EN TV.
- AUTORIZACIÓN PARA BUEN USO DE LOGOTIPO DE OLIMPIADAS ESPECIALES, EN LAS ACTIVIDADES QUE TENGA SONY HASTA DICIEMBRE DEL 2013.

11. Resultados :

La Alianza se está posicionando, estamos siempre en contacto para tratar de hacer cosas nuevas e innovadoras que nos permitan tener un mejor awareness, la alianza va mejorando



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas

con el tiempo tratando de cumplir con el objetivo de estar con SONY a largo plazo y creemos que podremos hacer más cosas en el futuro.

12. Retos y Obstáculos:

SONY tiene demasiados eventos en sus agendas, debemos posicionarnos más con ellos para tratar de que seamos una pieza importante en sus herramientas de comunicación.

Es un aliado sumamente codiciado, otras ONG'S lo están buscando además de equipos de fútbol.

Nuestra base es en Quito y la de ellos en Guayaquil, pero siempre nos damos formas para estar en constante contacto y tratar de hacer más cosas.

13. Factores de Éxito:

SONY se ha dado cuenta que POlimpiadas Especiales es un aliado que cumple, que tiene muy buena aceptación en medios, lo cual es atractivo y que es una organización que siempre tiene noticias frescas y buenas para la comunidad.

Tratamos de incentivar a que el personal de SONY forme parte de nuestros eventos como voluntarios.

Nosotros no molestamos mucho al cliente, lo insistimos cordialmente para algunas cosas, pero no somos una organización que busca más y más cosas del auspiciante, lo que acordamos es lo que se cumple y si hay algo que nos de presencia en medios lo buscamos para que ambos ganemos, creo que eso le gusta a SONY.

Ambos buscamos tener más presencia de marca siempre; incluso SONY hizo una campaña para despedir a la selección que viajó a Atenas y esa campaña le dio un EFFIE de PLATA (premio a la eficiencia en comunicación)

14. Oportunidad de Desarrollo / Mejoramiento:

Queremos hacer un evento de manera exclusiva con SONY, tal vez algo parecido a lo de OE Panamá con golf, o algo más macro como un partido de fútbol a beneficio nuestro.

15. Contacto en el Programa Nacional:

Nicolás Cueva – nicocueva@gmail.com



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas

16. Anexos: Todo material que considere importante: artes, fotos, contratos, recorte de prensa, etc.



CAMISETAS EXCLUSIVAS POR AUSPICIANTE EN ATENAS



RUEDA DE PRENSA 1



LANZAMIENTO DE PRODUCTO EN GUAYAQUIL



**Special
Olympics**

Mejores Prácticas



PULSERA PARA 2DA FIRMA DEL CONVENIO



NACIONALES

VALLA DE PROMOCION DE JUEGOS