Compañía: DIRECTV

Caso: Powerchair Football “Un vínculo que promueve la inclusión social a través de un deporte que cambia vidas”.

Categoría: Patrocinio o Sponsoring deportivo

Agencia: Alurralde Jasper & Asociados / HT Contenidos.

Responsables: Sofía Corral, Enzo Dotto, Marina Elizondo, Nicolás Noguer, Luisa Auge de DIRECTV.

Twitter: #PowerChairFootballConfederation #GolesDIRECTV #JuntosSomosPower

INTRODUCCIÓN

Deporte y RSE: el ADN de DIRECTV

DIRECTV LatinAmerica es el proveedor líder de televisión paga satelital en Latinoamérica y el Caribe. Nuestra empresa brinda la mejor experiencia de entretenimiento a 13,8 millones de clientes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela y partes del Caribe. Estamos presentes en la Argentina desde hace 20 años: nuestra primera transmisión fue durante la ceremonia inaugural de la Copa Mundial de la FIFA Francia 1998.

Actualmente ofrecemos servicios de televisión satelital –prepagos y postpagos– y entretenimiento vía streaming a lo largo de todo el territorio nacional, incluyendo la Antártida. Nuestro equipo de más de 3.800 personas trabaja todos los días para marcar la diferencia en el mercado con el mejor contenido, la tecnología más avanzada y un servicio de excelencia. En todo nivel de la organización, estamos comprometidos con la excelencia, la colaboración, la innovación y la responsabilidad social empresaria, que son la base de nuestro ADN.

Creemos que sólo podemos crecer y construir a largo plazo si generamos un impacto positivo en las personas, la comunidad y el entorno que nos rodea. La sustentabilidad, en definitiva, es una condición necesaria para poder proyectarnos a futuro. Como parte

de esta visión, a nivel regional DIRECTV desarrolla iniciativas de inversión social, basadas en ejes clave como educación, deporte y cuidado del medio ambiente.

En cuanto al deporte, estamos convencidos de que además de pasión y entretenimiento, constituye una importante herramienta de inclusión y transformación social.

En este sentido, 2018 fue un año muy especial porque volvimos a transmitir la Copa Mundial de la FIFA, que se convirtió en una gran oportunidad para llevar a nuestros clientes la mejor cobertura con tecnología 4K Ultra High Definition y Realidad Virtual (VR), permitiéndoles vivir de cerca, y como nunca antes lo hicieron, todos los partidos del torneo.

Además, este evento nos motivó a emprender distintas iniciativas de impacto social relacionadas con la temática. Así, renovamos nuestro apoyo a la Fundación PowerchairFootball, que veníamos acompañando desde 2015: durante el Mundial se lanzó a nivel regional la campaña #GolesDIRECTV en la que, por cada gol anotado, DIRECTV donó USD 100 a la ONG que desarrolla el único deporte adaptado para personas que por sus patologías tienen que utilizar una silla de ruedas motorizada.

¿Qué es PowerchairFootball Argentina?

La Fundación PowerchairFootball Argentina (PCFA) es una Organización Sin Fines de Lucro que desarrolla en la Argentina el único deporte adaptado para personas que por sus patologías tienen que utilizar una silla de ruedas motorizada: el powerchairfootball.

Está presente en el país desde 2012 y actualmente agrupa a 120 deportistas en sus 12 sedes en Capital Federal, Pacheco, La Plata, Chivilcoy, San Miguel, Mar del Plata, Bahía Blanca, Rosario, Córdoba, La Pampa, Salta y Neuquén.

Trabaja para mejorar la calidad de vida de las personas que practican este deporte, fomentar su independencia y potenciar sus habilidades. Describe su misión de la siguiente manera: “Desarrollar el fútbol en sillas de ruedas motorizadas en la Argentina para integrar a personas con discapacidades motrices a la práctica deportiva y promover su inclusión social, basándonos en la generación de nuevos vínculos y amistades”.

Según su página web, su visión es la siguiente: “Ser una organización deportiva prestigiosa y de referencia nacional e internacional que lidere el fútbol en silla de ruedas motorizadas en todo el territorio de la República Argentina participando activamente a nivel continental y mundial en el desarrollo del deporte”. Y sus valores son estos: alegría, integridad, trabajo en equipo, responsabilidad, excelencia.

La organización fue fundada en 2012 por Mariano Zegarelli -su actual presidente- y Lorena Lardizabal -actual vicepresidente y actualmente se encuentra en un momento de gran crecimiento: de ser cuatro equipos a nivel nacional entre 2013 y 2016, pasaron a ser siete al año siguiente y doce a fines de 2018.

El deporte

¿Cómo nace el powerchairfootball? Mientras en la Argentina se disputaba la Copa Mundial de la FIFA Argentina 1978, nacía en Francia el fútbol en silla de ruedas eléctrica para personas con discapacidades motrices.

Pasaron más de 30 años desde este momento hasta que el deporte llegó a la Argentina. En 2013 se abrieron sedes en Buenos Aires, Rosario, Mar del Plata y se llevó a cabo el 1º Torneo Nacional de PowerchairFootball.

La buena noticia comienza a expandirse a Uruguay y junto a Brasil se conforma el Cono Sur de la PFCA (Confederación Americana de PowerchairFootball- en la cual actualmente también participan Estados Unidos y Canadá-). Seguidamente comienzan a abrirse nuevas sedes en Córdoba, Capital Federal y La Plata.

¿Cómo se juega?

El powerchairfootball es similar al fútbol convencional, en cuanto a metodología de juego y reglas: son dos equipos, de cuatro jugadores cada uno, y el objetivo es que la pelota ingrese en el arco contrario. Se juega en dos tiempos de 20 minutos cada uno.

¿Las diferencias? Para empezar, se juega en un gimnasio de básquet; pero lo fundamental es que los jugadores se trasladan utilizando sillas de ruedas motorizadas, adaptadas con una protección de pies que sirve para controlar e impactar la pelota (de fútbol y de cuero Nº 10, de 33 cm de diámetro).

El deporte combina las habilidades de los deportistas sobre su silla, así como  también las características de velocidad, potencia y versatilidad propias de la silla motorizada.

El calendario deportivo del PowerchairFootball se divide entre un evento local y varios internacionales.

El primero es la  Liga Nacional Argentina, de modalidad “todos contra todos”, pero separado en cuatro fechas, siendo todos los equipos locales y visitantes.

Los eventos internacionales son los siguientes: la Copa Sudamericana, que se disputa de forma anual entre los seleccionados de Brasil, Uruguay y Argentina y de gran relevancia ya que es el torneo clasificador para la Copa del Mundo; la Copa Libertadores, en la que participan anualmente clubes de Brasil, Uruguay y Argentina anualmente; la Copa América y la Copa del Mundo.

Powerchairfootball, un camino para mejorar la calidad de vida

Numerosos estudios y encuestas realizadas por PCFA resaltan el impacto positivo  del deporte en la calidad de vida de quienes forman parte de la organización.

Entre algunas conclusiones se destaca que desde que empezaron a practicarlo, los deportistas disminuyeron en un 29 por ciento la cantidad de horas de entretenimiento virtual, teniendo la oportunidad de reemplazarlo por entretenimiento físico.

El 45 por ciento de ellos además aumentó su actividad física al comenzar a practicar el PowerchairFootball, lo cual influyó en su capacidad de desplazamiento y movilidad en general de forma positiva. Y todos coinciden: todos aumentaron su deseo de superación en su vida cotidiana al comenzar a practicarlo.

PROPUESTA

Objetivos de la acción

A poco más de cinco años de su llegada a la Argentina, PCFA buscaba instalarse como ONG y también como entidad deportiva. También posicionar al powerchair football como un deporte competitivo y a las personas que lo practicaban, como los deportistas que eran. A largo plazo además buscaba lograr que el mismo fuera categorizado en algún momento como un deporte paralímpico.

Para lograr estos objetivos era fundamental captar el interés de la prensa, especialmente de la deportiva y de esta manera comenzar a generar repercusiones que fueran más allá de las secciones de Solidaridad y Sociales, con noticias sobre los resultados deportivos de los equipos y la selección nacional.

DESARROLLO

Es importante destacarque PCFA no tiene –ni nunca tuvo- un área de Comunicación Institucional o Prensa, por lo que el apoyo de DIRECTV, como empresa líder en deportes era fundamental.

DIRECTV venía acompañando a la FPCA desde 2015 no sólo a través de apoyo económico, sino también con asesoramiento estratégico, financiero y a nivel comunicación. Tal es el vínculo que Pablo Giralt, uno de los periodistas más importantes de su canal exclusivo DIRECTV Sports, se involucró como padrino de la fundación, ayudándolos en la comunicación de todas sus iniciativas.

Y no sólo eso, uno de sus empleados, que a su vez es árbitro oficial de la Asociación del Fútbol Argentino, conoció PCFA gracias a la empresa y hoy en día también es árbitro de la disciplina, además de instructor oficial de otros árbitros.

Luego de la acción realizada durante la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018, a partir de la cual DIRECTV donó USD 25.000 a la fundación, la empresa decidió involucrarse aún más con PCFA y ayudarlos a cumplir sus objetivos de posicionamiento.

¿De qué manera? A través de su experiencia en la comunicación y transmisión de deportes. Después de todo, el deporte está en el ADN de DIRECTV desde sus inicios: su primera transmisión en la Argentina fue durante la ceremonia inaugural de la Copa Mundial de la FIFA Francia 1998 y desde entonces la empresa se ha posicionado como una empresa líder en transmisión deportiva. Es por eso que conocía a los medios y periodistas deportivos y sabía cuál sería la mejor forma de acercarse a ellos.

PLAN DE ACCIÓN

1) Análisis del grado de conocimiento que los periodistas deportivos de los principales medios tenían sobre el powerchair football:

* + - Se realizó un relevamiento de la base de periodistas con los que DIRECTV tenía contacto habitual.
    - Se llegó a la conclusión de que el grado de conocimiento sobre el deporte era mínimo, o incluso nulo en algunos casos y eso dio la pauta de que había que empezar de cero, como si se trata del lanzamiento del deporte.

2) Estudio del calendario deportivo de powerchair football:

* + - Se detectaron las fechas clave que podrían resultar más atractivas para la cobertura de prensa deportiva.
    - Con el objetivo de lograr cobertura posterior, se decidió realizar una acción (evento de presentación del deporte) en noviembre, unos días antes de la Copa Sudamericana, la última fecha del calendario deportivo 2018.

3) Identificación del tipo de material periodístico podría ofrecerse a los medios, primero para introducirlos en el deporte y luego para que la fundación pudiera continuar a largo plazo esta labor de forma independiente aprovechando el empujón mediático:

* + - Elaboración de un Manual de Juego en conjunto con PCFA, el asesoramiento del director de árbitros de la fundación, Pablo del Puerto y DIRECTV.
    - Guion y producción de un video explicativo que explicaba claramente la metodología y reglas de juego del deporte.

5) Búsqueda y convocatoria de aliados estratégicos:

* + - Asociación del Fútbol Argentino (AFA): participaron árbitros oficiales de la entidad.
    - Asociación Argentina de Árbitros.
    - Talentos de DIRECTV Sports: se convocó a Pablo Giralt para ser conductor del evento.
    - Agencia de Deportes de la Nación: aportaron las instalaciones del Cenard para realizar el evento allí.

6) Realización de un evento de presentación del deporte:

* + - Se convocó desde DIRECTV a los medios y periodistas deportivos aprovechando el relacionamiento que la compañía ya tenía con éstos.
    - La fundación invitó a árbitros oficiales de AFA, universidades en las que se dictaran carreras de Periodismo Deportivo, talentos de DIRECTV Sports y, autoridades referidas al Deporte.

7) DIRECTV buscó la forma de involucrarse en la presentación y potenciar la acción realizada durante la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018:

* + - La empresa realizó la entrega simbólica de un cheque con el monto recaudado en la campaña.
    - Incluyó un vocero corporativo en el evento, que destacó los valores del deporte y su importancia para la inclusión social. Estos mensajes también se plasmaron en un insert que se adjuntó al Manual de Juego, junto con otro del presidente de la fundación.
    - Convocó a Pablo Giralt, talento de DIRECTV Sports, para ser orador del evento.

9) DIRECTV asesoró y ayudó a redactar, además de hacer el envío de la gacetilla de prensa post evento, con el manual de juego y el video incluidos, a toda su base nacional de periodistas deportivos. La empresa realizó esta misma acción luego de la Copa Sudamericana, realizada el último fin de semana de noviembre.

Materiales

* 1. MANUAL DE JUEGO
  2. INSERT PCFA
  3. INSERT DIRECTV
  4. VIDEO EXPLICATIVO: ¿QUÉ ES EL POWERCHAIR?

EVALUACIÓN

Devolución de Powerchair:

*“Queremos agradecerles por el acompañamiento en la planificación, armado y gestión de la conferencia de prensa! Como conversamos en la primera reunión que tuvimos, la pata comunicacional era uno de los desafíos fundamentales que teníamos –Y tenemos que profundizar y el evento del miércoles fue un paso en este camino de difusión y fidelización del ámbito periodístico.*

*Gracias, de corazón, por hacerlo y por hacerlo tan bien y con tanto profesionalismo. Joaquin Finat, encargado de prensa de la secretaría de deportes, dijo que en 16 años en la secretaría no había visto una conferencia organizada tan atractiva y con tanta prolijidad.*

*Algunos detalles analíticos: Participaron 52 personas de 12 medios, 2 universidades y 3 instituciones deportivas. El viernes ya le enviamos los videos a todo FIPFA –mail debajo, y hemos recibido varias respuestas agradeciendo y felicitando por el trabajo. La semana pasada salieron 6 notas –entre ellas Ole, y varios nos comentaron que salían esta semana como marco de la sudamericana –entre ellos La Nación”.*

Joaquín Bettinelli

Director Ejecutivo, Powerchair Football Argentina

*“GRACIAS TOTALES!!!!!!!  Esto no hubiese sido posible sin ustedes. Son un plus en nuestro desarrollo, los felicito por la calidad de personas que componen cada equipo y el profesionalismo con el que trabajan”.*

Lorena Lardizábal

Vicepresidente, Powerchair Football Argentina

CONVOCATORIA AL EVENTO

Participaron 52 personas:

* + - 12 medios.
    - 2 universidades.
    - 2 talentos de DIRECTV Sports: Milena Gimón y Pablo Giralt.
    - 2 funcionarios de Agencia Nacional de Deportes.
    - Representantes de 3 clubes de fútbol (Excursionistas, River y Racing).
    - 1 responsable de Prensa de Asociación Argentina de Árbitros.
    - 4 árbitros oficiales de AFA:
      * Germán Delfino
      * Nicolás Lamolina
      * Pablo González
      * Pablo del Puerto

AMPLIFICACIÓN

* + - Por primera vez en su historia el powerchair football logró repercusiones en las secciones deportivas de los principales medios.
    - A partir del evento se obtuvieron repercusiones con un valor total de $ 353.075 y un alcance de 9.215.751 contactos.
    - Las más destacadas fueron dos en Clarín online, en el diario Olé online, La Nación online y en Los Andes de Mendoza online.
    - De forma posterior y también por primera vez en la historia, un partido de powerchair (la Copa Sudamericana) fue cubierto por medios deportivos como Olé, La Nación y Clarín gracias al envío de otra gacetilla de prensa por parte de DIRECTV.
    - Los materiales realizados por DIRECTV fueron traducidos al inglés y compartidos a otras sedes de Powerchair Football en América Latina, Estados Unidos, Canadá y Europa. El video realizado actualmente está en el home de la web de PCFA y el manual es utilizado por los árbitros en sus capacitaciones.