

Caso Eikon Sponsoreo Ualá New Pampas

# Nace Ualá New Pampas, la gran apuesta de la fintech a los sports.



## Departamento / área que desarrolló el plan

Equipos de Comunicación Corporativa, Brand y Alianzas Estratégicas de Ualá, en conjunto con la agencia Grupo Mass.

## Persona/s responsable/s del plan de comunicación

Julieta Biagioni, Manager de Comunicación; Marina Pantano Llaber, Líder de Comunicación; Bárbara López Russo, Analista de Comunicación; Franco Lacarpia, Ejecutivo de Alianzas Estratégicas; y Lucía Bianco, Brand Strategist de Ualá.



## Necesitábamos asociar la marca Ualá al mundo gamer

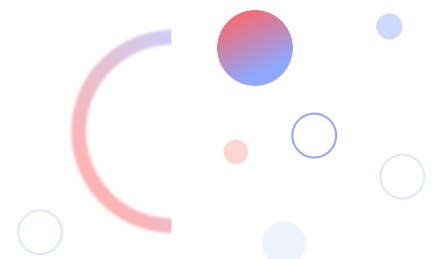
Ualá es la fintech fundada por el emprendedor argentino Pierpaolo Barbieri y lanzada en Argentina en octubre de 2017. A través de una aplicación móvil y una tarjeta internacional Mastercard, ofrece un ecosistema financiero completo con una experiencia 100% digital, segura, innovadora, fácil de usar y de bajo costo.

Puede utilizarse para hacer compras en cualquier sitio web o comercio del mundo que acepte Mastercard y para realizar una gran variedad de transacciones financieras como enviar y recibir dinero a cualquier cuenta bancaria (CBU) o virtual (CVU), retirar efectivo en cajeros, pagar más de 4.000 servicios, cargar la SUBE y recargar saldo en celulares. También es posible solicitar préstamos personales, cuotificar consumos, invertir automáticamente en un fondo común de inversión, pagar seguros y asistencias exclusivos contratados a través de Willis Towers Watson y, mediante [Ualá Bis](#), cobrar productos y/o servicios a través de link de pago y mPOS.

En abril de 2021 Ualá desembarcó en el mundo de los esports en Argentina, convirtiéndose en el main sponsor de New Pampas, el equipo fundado y liderado por el ex tenista Guillermo Coria. [Ualá New Pampas](#) nace a partir de una afinidad cultural en la que la innovación, creatividad y crecimiento para las nuevas generaciones son los pilares de ambas organizaciones. A través de capacitaciones, cursos y reclutamiento, Ualá aporta su experiencia al equipo y a su vez las personas usuarias (en su mayoría muy jóvenes) aprenden a manejar sus finanzas personales, posibilitando su acercamiento al mundo de las finanzas digitales y creando así una alianza que va mucho más allá de lo comercial.

El equipo de New Pampas, creado en septiembre de 2020, está conformado por más de 45 personas entre coaches, analistas, especialistas (psicólogos deportivos, nutricionistas y preparadores físicos), y jugadores profesionales que participan en ligas nacionales e internacionales en más de seis disciplinas para consolas, escritorio y celulares, y proyectan incorporar muy pronto nuevas verticales.

Además, en mayo del mismo año, Ualá lanzó [Ualá Gaming Academy](#), un espacio de juegos y torneos mensuales dirigido a jugadores amateurs que quieran ingresar al mundo del gaming profesional y aspiren a formar parte del equipo de esports Ualá New Pampas. La inscripción a la academia es 100% gratuita y online, el único requisito es ser mayor de 13 años y contar con una tarjeta Ualá. Los ganadores serán seleccionados para formar parte de Ualá New Pampas y podrán aspirar a llegar al Main Team, junto con reconocidos jugadores.





## Un anuncio, públicos muy diversos

Con el mercado de los *esports* en su apogeo tanto a nivel nacional como internacional, diseñamos una estrategia de comunicación para difundir el sponsorship de Ualá al equipo New Pampas y el lanzamiento de su Gaming Academy a toda la comunidad, potenciando así la visibilidad de la marca en nuevos ámbitos y fortaleciendo nuestra presencia en todo el país.

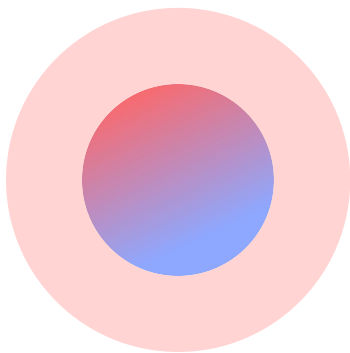
Desde el comienzo, consideramos imprescindible contar con la presencia de todo el público *gamer* durante la presentación y que no fuera sólo un evento de prensa. Es por eso que desarrollamos una estrategia multiplataforma a través de un [evento online](#) que nos permitió llegar a todas las audiencias. La convocatoria se realizó a través de mensajes enigmáticos en las redes sociales de Ualá ([Twitter](#)) y New Pampas ([Twitter](#)) que sólo dejaban trascender que se trataría de un anuncio importante, jugando incluso con la idea de que pudiera tratarse del final del equipo.



Contempló la transmisión a través de los canales oficiales de [YouTube de Ualá](#) y de [Twitch de New Pampas](#) para que las comunidades pudieran presenciar de manera online el anuncio realizado por Pierpaolo Barbieri, fundador y CEO de Ualá, y Guillermo Coria.

Los medios tradicionales también fueron invitados al evento virtual, y a través de ellos realizamos el envío del comunicado oficial anunciando a Ualá como main sponsor de New Pampas. Por otro lado, convocamos influencers con foco en contenido de *gaming* y *lifestyle* para amplificar la novedad a través de las redes sociales, obteniendo así una llegada aún mayor a los públicos de interés y alcanzando el impacto deseado.

Adicionalmente, potenciamos el flamante anuncio a través de difusión en las redes sociales de Ualá ([Twitter](#), [Facebook](#) e [Instagram](#)) y de New Pampas ([Twitter](#) e [Instagram](#)), con piezas que desarrollamos especialmente para esta comunicación con extractos de lo sucedido en el evento.





## ¿Es posible unir al mundo gamer y al mundo de las finanzas digitales en un evento online? Lo averiguamos



Durante la ejecución del plan realizamos distintas acciones enfocadas en cada audiencia.

Originalmente la presentación estaba pensada para llevarse a cabo de manera presencial en un cóctel exclusivo en la Gaming Office de Ualá New Pampas para periodistas e influencers. Sin embargo, debido al endurecimiento de las restricciones impuestas por la pandemia para esa fecha, debimos reformular el evento y definir cuáles eran las opciones disponibles para que migrara a un formato online sin perder el impacto deseado. Finalmente, recurrimos a una plataforma de streaming para transmitir en vivo a todos los invitados y tanto Ualá como New Pampas emitieron el contenido en simultáneo a través de sus canales de YouTube y Twitch, respectivamente.

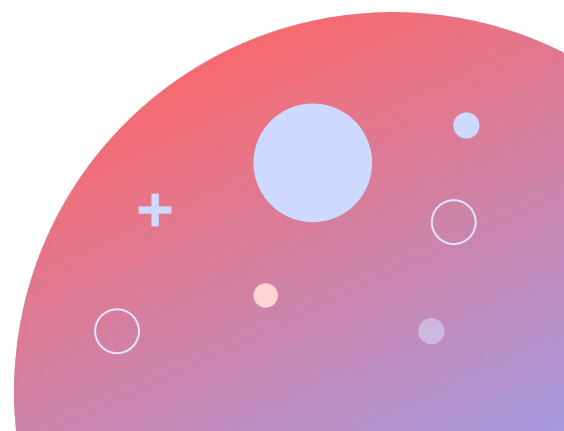
En las etapas previas a la realización del evento, trabajamos en conjunto con New Pampas y elaboramos material audiovisual para la producción de contenidos, incluyendo una sesión de fotos entre Pierpaolo Barbieri, Guillermo Coria y el equipo.

Finalmente, el lanzamiento de Ualá New Pampas se realizó el 20 de abril con un [evento virtual](#) que comenzó con una distendida charla entre Pierpaolo Barbieri y Guillermo Coria, moderada por el periodista especializado en *esports* y *gaming* [Lucas Benaim](#) (columnista de Infobae y Filo News, entre otros). Tuvo lugar en la *Gaming Office* del equipo y fue transmitida a través del canal oficial de YouTube de Ualá. Durante esta charla se presentó la camiseta oficial del equipo, creada por Adidas, con el logo de Ualá en el centro. Tanto la comunidad *gamer* como los medios formaron parte del evento de manera online.

Una vez concluida la presentación, Pierpaolo y Coria se tomaron la libertad de jugar uno de los juegos más populares de la academia, FIFA para PlayStation, midiéndose frente a los mejores jugadores del equipo de Ualá New Pampas. Distintos influencers como Grego Rosello ([@gregorossello](#), 987K seguidores) y Nico Occhiato ([@nicoocchiato](#), 2.2M seguidores), entre otros, participaron de la prueba. Las partidas también fueron transmitidas por el canal oficial de Twitch de New Pampas.

### **Centramos la estrategia de comunicación en el desembarco de Ualá en el mundo de los esports:**

Por un lado gestionamos 1-1 con los medios de TV, radio, impresos, digitales y de gaming más importantes de Argentina para que realizaran entrevistas y la cobertura de la presentación. Por el otro, para asegurar una cobertura masiva, realizamos el envío de un comunicado de prensa a todos los medios y agencias del país.





**Diseñamos un press kit con la exclusiva camiseta del equipo, dirigido a periodistas especializados:**

Seleccionamos un total de ocho perfiles de influencers y periodistas especializados en tecnología y *gaming* para que muestren a sus comunidades la nueva camiseta de Ualá New Pampas. Entre ellos se encontraban: [Diego Poggi](#) (339K seguidores), [Fernando Carolei](#) (129K seguidores), [Santiago do Rego](#) (105K seguidores), [Federico Wiemeyer](#) (64K seguidores), [Tomás Balmaceda](#) (30K seguidores), [Julieta Schulkin](#) (7K seguidores), [Hernán Mármol](#) (2K seguidores) y [Juan Silvestrini](#) (1K seguidores).

La convocatoria a estas personas se realizó a través de un press kit que consistía en una caja de madera con una faja de papel que indicaba romper para descubrir la nueva camiseta de Ualá New Pampas y el tarjetón de presentación. Por su parte, la marca a cargo del diseño de la camiseta invitó a más de 20 influencers para asistir al evento y luego amplificar el contenido a través de sus redes sociales.

## Logramos unir los dos mundos y tuvimos gran repercusión

Luego de cinco meses de trabajo y planificación para el lanzamiento y de tres meses de gestión logramos una importante presencia en medios tradicionales y también en aquellos especializados en tecnología y *gaming*.

- Obtuvimos un total de **57 notas** con un alcance de **6.086.452 de personas**, y una equivalencia en **Ad Value de AR\$3.418.936**.
- El **33%** de publicaciones en **medios Tier 1** como [Clarín](#), El Cronista (impreso), Perfil (impreso), *Ámbito Financiero* (impreso), [Mercado e iProup](#), y [Filo News](#), entre otros. En su mayoría resaltan la nueva apuesta de la fintech para participar en el mundo del *gaming*.
- Al evento de la presentación virtual asistieron un total de **30 periodistas** en representación de **19 medios**. Disponible en el [canal de YouTube de Ualá](#), superó las **4.000 visualizaciones**. El día de lanzamiento, tuvo un alcance consolidado en Twitch, Twitter, Facebook y YouTube de más de **2 millones de personas** (segmentado a *gamers*).
- A través de la participación de influencers de *gaming* y *lifestyle* y del envío de press kits a periodistas alcanzamos una amplia cobertura en las redes sociales.
- Para la primera edición de la Ualá Gaming Academy se anotaron más de **7.000 personas** con aspiraciones a ser jugadores profesionales.

