

Las carreras patrocinadas alcanzan la meta en Venezuela

DAVID RODRÍGUEZ ANDARA ■ Periodista

Maratones, medio maratones y carreras de diez kilómetros se consolidan cada vez más entre los venezolanos, gracias a un buen manejo del mercadeo deportivo. Hoy, más de 100.000 personas entrenan a diario en todo el país para participar en este tipo de competencias.

EL AUGE que han experimentado las carreras patrocinadas en Venezuela responde a una tendencia global de mercado directamente relacionada con la salud. Así lo señala Carlos Jiménez, director del portal SoyMaratonista.com y la firma Tendencias Digitales, quien sostiene que en los últimos cinco años los estudios de tendencias reflejan la necesidad que tiene la población de llevar una vida más balanceada y equilibrada.

«Esta tendencia empezó con la búsqueda de una alimentación con más productos ligeros; luego vino la onda natural con los productos hechos en casa o artesanales, y siguió con la necesidad de hacer ejercicio físico». Jiménez asegura que todo esto forma parte de una macrotendencia que ahora incluye las carreras, antes reservadas a deportistas de gran trayectoria. «Los maratones de 42 kilómetros los corrían adultos maduros, en su mayoría hombres, y ahora se han vuelto generales».

Jiménez refiere que, cuando llegaron al país las carreras de diez kilómetros, este tipo de competencias deportivas comenzó a masificarse y se convirtió en una actividad recreacional y social que atrajo a otras industrias vinculadas, como la alimentación y el ejercicio físico. «La tendencia global es que correr pasó de un deporte competitivo a una actividad de entretenimiento. Por esta razón, los maratones y carreras patrocinadas ya no son solo una moda en Venezuela».

A pesar del difícil momento económico que vive el país se mantiene el interés de las personas activas en correr y participar en estas competencias, que —calcula Jiménez— atraen entre 100.000 y 150.000 personas en todo el país. Venezuela cuenta con buen nivel de carreras en la región, porque están organizadas, ofrecen una atractiva relación precio-valor y brindan a sus participantes la experiencia, medallas y camisetas de calidad.

Mercadeo deportivo

Jiménez sostiene que generalmente son bancos y empresas de productos masivos las que promocionan las carreras con dos objetivos: buscar audiencias (debe tomarse en cuenta que parte del atractivo de estos eventos es que pueden participar muchas personas) y asociar la marca a los atributos positivos que brinda este deporte: gente exitosa, competencia y vida saludable. «Las empresas se dieron cuenta de que las carreras patrocinadas representan un evento masivo más barato y efectivo que, por ejemplo, organizar un concierto musical, para asociar sus marcas, sin grandes inversiones».

Para organizar una carrera hay que conocer el negocio que está detrás del evento. «Deben analizar los costos, que pueden llegar a ser complicados. Si no son bien manejados, pueden perder dinero», explica Jiménez. Las carreras pueden

aportar desarrollo de marca o compromiso de la audiencia. Por ejemplo, para un banco resulta interesante si la marca busca vender o potenciar la rentabilidad de sus productos.

«Estos eventos pueden ser vistos como una promoción, basada en un esfuerzo logístico que redunde en beneficios para la marca y la compañía». Sin embargo, Jiménez advierte que en el año 2015 hubo una merma en este tipo de carreras en el país, debido al aumento de los costos en materia de seguridad, hidratación de los participantes, elaboración de medallas y fabricación de camisetas alusivas que son elaboradas por marcas deportivas, como Nike, Adidas o Puma: «Todos esos costos han aumentado con la crisis económica y, por lo tanto, las carreras patrocinadas requieren una inversión mayor, incluso de parte de los corredores que ahora deben elegir en cuál participar, porque los montos de inscripción se han elevado y no pueden ir a todas, aunque quisieran».

Competencia internacional

El Maratón CAF-Caracas se realizó por primera vez en 2011 y, desde entonces, se ha proyectado como una competencia de estándar internacional. Tal es la opinión de Luis Enrique Berrizbeitia, vicepresidente de CAF Banco de Desarrollo de América Latina y presidente del comité organizador de la

SEGMENTACIÓN POR INTERESES

Un estudio realizado conjuntamente por SoyMaratonista.com y Tendencias Digitales segmentó al corredor iberoamericano en función de sus intereses en las siguientes categorías:

- Endorfinos: corren porque se sienten bien, les da energía y se divierten. Alrededor de 63 por ciento de estos corredores son hombres y su edad promedio es 31 años.
- Forrest Gump: tienen más kilometraje y experiencia. Corren porque les gusta y se divierten. En este grupo alrededor de 58 por ciento son hombres y su edad promedio es 34 años.
- Socializadores: les gusta compartir con amigos o con su pareja, alrededor de 55 por ciento son hombres y su edad promedio es 36 años.
- X-trainers: con menos kilometraje y experiencia, corren como apoyo a otros deportes que practican. En este grupo 68 por ciento son hombres, con una edad promedio de 33 años.
- Fisiológicos: este grupo corre para controlar el estrés, comer más, dormir mejor y controlar el estreñimiento. En este perfil cincuenta por ciento son mujeres y la edad promedio gira alrededor de 32 años.
- Recetados: con menos kilometraje y experiencia, este grupo corre para mejorar su salud, controlar el peso corporal y bajar el colesterol (67 por ciento son hombres con una edad promedio de 38 años).



competencia, que cuenta con la certificación de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) y el aval de la Asociación Internacional de Maratones y Carreras a Distancia (AIMS), tanto en la ruta de 21K como en la de 42K.

KILÓMETROS EN LA RED

Los orígenes de Soymaratonista.com se remontan a la década pasada, cuando Carlos Jiménez decidió abrir un blog para registrar sus experiencias como corredor en carreras internacionales, como la de Berlín. Luego se dedicó a estudiar con mayor profundidad el tema, el blog se volvió más técnico y rápidamente se hizo más popular.

El paso siguiente fue cambiarle el nombre —«Kilómetro 49»— y convertirlo en una página de temas variados como nutrición, medicina y acondicionamiento físico. En 2009 aparece oficialmente Soymaratonista.com, con la edición de ese año del Caracas Gatorade Rock. La página logra trascender las fronteras y hoy, luego de seis años, mantiene un alto tráfico de visitas provenientes de otros países como España, México y Argentina.

Hoy, con oficinas en Caracas y Panamá, Soymaratonista.com recibe un promedio de 500.000 visitas al mes, gracias a un contenido participativo que se distribuye en treinta secciones y al apoyo de colaboradores en diferentes países, como Venezuela, México, España, Panamá y Argentina. Cuenta con 90.000 seguidores en Twitter y alta interacción —comentarios, preguntas, opiniones y fotos de usuarios— en otras redes sociales como Facebook, Instagram y Pinterest.

Berrizbeitia señala que el origen de esta carrera se encuentra en la celebración del 40 aniversario de CAF: la institución organizó esta fiesta deportiva como un regalo a su ciudad sede: «El evento generó una respuesta muy positiva por parte de los corredores y de la comunidad caraqueña, lo que nos motivó a llevar a cabo la competencia con una frecuencia anual». Asegura que, con este evento, CAF promueve la integración de América Latina e invita anualmente a corredores élite de sus países socios y a participantes de la región y del resto del mundo, con el fin de que la competencia alcance una dimensión cada vez más latinoamericana e integradora.

El número de corredores internacionales ha crecido con el tiempo, a tal punto que en 2015 participaron más de 270 atletas provenientes de países de América Latina y otros lugares del mundo. Además, el campeonato nacional de Venezuela fue clasificatorio para los Juegos Panamericanos de Toronto y para el Mundial de Atletismo de Pekín. «Si se suman las modalidades de 21K y 42K, en 2015 participaron 7.200 corredores, mientras que en 2013 participaron unos 6.600, lo que representa un incremento del nueve por ciento. Hay que recordar que en 2014 no se realizó la competencia», observó Berrizbeitia.

En 2015 el rango de edad con mayor participación en ambas modalidades (21K y 42K) fue treinta a cuarenta años y el 69 por ciento de los participantes fueron hombres. Trabajaron 1.450 personas repartidas en logística, entrega de materiales y rutas, las cuales fueron apoyadas por 2.500 representantes de fuerzas de seguridad del Estado y 800 voluntarios.

El evento se promociona en la página web maratón.caf.com y las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram. Igualmente, se realiza una amplia campaña informativa sobre el cierre de las calles y la seguridad a lo largo de la ruta del maratón.

La mejor experiencia posible

Con catorce ediciones, la Gatorade Caracas Rock se ha convertido en una de las carreras que más personas mueve año tras año en Venezuela, cuyos objetivos principales son sembrar un estilo de vida saludable y combatir la inactividad física, el sedentarismo y la obesidad. Así lo explica Marlon Monsalve, gerente nacional de Eventos y Mercadeo Deportivo de Pepsi-Cola Venezuela, quien comenta que arrancaron en 2001 con 800 corredores y ya han superado los 26.000: «Creamos para el país un ícono que nos identifica en el mundo de las carreras y del atletismo».

La competencia ha crecido de manera exponencial como consecuencia de una buena organización, adecuada hidratación y premiación en cada una de las ediciones que han realizado: «Hablar de esta carrera es hablar de excelentes estándares de organización que, sin duda, se han convertido en referencia de nuestro país. En Empresas Polar existe compromiso para que la participación en este evento sea la mejor experiencia posible».

La carrera cuenta con un formato especial en el que se combinan la plataforma deportiva y la música: «En lo deportivo podemos mencionar que somos la única carrera de diez kilómetros del país certificada por la Federación Venezolana de Atletismo, la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) y la Asociación Internacional de Maratones y Carreras a Distancia (AIMS), con la medición oficial y estándares internacionales. Es decir, si se dan récords nacionales o mundiales son completamente válidos y homologados». En cuanto a la música, la competencia cuenta con una banda de rock nacional cada 1.500 metros que anima el paso de los corredores y un gran concierto en la llegada, lo que la hace única en el país.

En la organización de la XIV edición de la Gatorade Caracas Rock trabajaron unas 1.500 personas: en puntos de hidratación, primeros auxilios y organización. «Muchos eran estudiantes universitarios que buscan trabajo para los fines de semana. Debemos mencionar los funcionarios que nos apoyaron pertenecientes a la Guardia Nacional, Policía Nacional, Policía de Baruta, Instituto Nacional del Transporte, entre otros organismos».

Incentivar el deporte

Otra competencia que se ha posicionado entre los corredores del país es la Media Maratón y Carrera 10K Movistar, que en 2015 arribó a su segunda edición. Cuenta con el aval de la FVA, la IAAF y la certificación de AIMS.

Angie Porras, gerente de Patrocinios de Movistar, asegura que el compromiso de la empresa con el deporte se fortalece cada día y por ello trabaja para impulsar espacios donde no solo los usuarios, sino el público en general, puedan vivir experiencias en sana armonía y en familia: «En 2014 quedamos muy satisfechos con los resultados obtenidos en cuanto a la respuesta de los participantes y la logística del evento. Por esta razón, este año asumimos nuevamente el reto y ampliamos el alcance de la actividad y el número de cupos, de 6.500 a 10.000 corredores en 2015».

Para la segunda edición de la Media Maratón y Carrera 10K Movistar se instrumentó un plan de comunicación que combinó medios masivos, medios digitales y redes sociales:

OTRAS CARRERAS CON GRAN ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO

- Medio maratón Automercados Plaza's
- Medio maratón Simón Bolívar
- Medio maratón Carabobo Runners
- Medio maratón Maracaibo
- Carrera de relevo 21K de Coca Cola
- Carrera 10K de Cargill
- Carrera 10K de Plumrose
- Carrera 10K de Excelsior Gama
- Carrera 10K de Unicasa
- Carrera 10K de Locatel
- Carrera 10K Margarita (con marcas locales)

«Por las redes sociales la campaña se comunicó por Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, con publicaciones que estimulaban la inscripción, recomendaciones para la carrera e información de la ruta, entre otros datos. Esta actividad registró 488 publicaciones, que generaron más de 2,7 millones de impresiones y más de siete millones de interacciones con la marca».

Destaca Porras otro elemento importante en materia de mercadeo: la camisa que el participante recibe al inscribirse. «En las dos ediciones de la Media Maratón y Carrera 10K hemos trabajado con la marca RS21 para dar a nuestros corredores una camisa de la mejor calidad con tecnología Quick Dry, especialmente fabricada para el evento».

Este año la organización de la carrera volvió a estar a cargo de la empresa Hipereventos. Además, Movistar realizó la recolección y la gestión de los residuos de botellas y tapas plásticas, para entregarlos a las organizaciones Fundana y Tapas por la Vida. Durante la entrega de kits a los corredores se recolectaron zapatos deportivos en buen estado para ser entregados a la organización Techo Venezuela.

El corredor venezolano

Se calcula que la edad promedio del corredor venezolano está sobre los treinta años, pero no supera los cuarenta, y el grupo de los hombres no llega a sesenta por ciento de las personas que practican este deporte. Según Marlon Monsalve:

... es una persona con edad comprendida entre los 18 y los 80 años, que suele ser muy sociable porque le gusta compartir con sus amigos, ama la naturaleza y es muy consciente de que hacer deporte es una excelente manera de hacer país. Han surgido clubes de corredores, organizaciones deportivas y competencias. Las redes sociales han desempeñado un papel importante en esta atractiva manera de hacer deporte y vivir sanamente.

Angie Porras refiere que en Venezuela cada vez toman más fuerza las iniciativas deportivas que conectan a la sociedad con un estilo de vida más sano. Movistar cuenta con dos modalidades de carreras, 10K y 21K (media maratón) en las cuales participan corredores con perfiles distintos. «Tenemos a aquellos profesionales que quieren mejorar su tiempo o romper una marca; también hay quien corre los 21K para poder correr un maratón nacional o internacional; además, contamos con participantes que se inician, que quieren ejercitarse o simplemente pasar una mañana distinta y compartir con familiares y amigos». ■