

Panamericanos 2019: los atletas locales que también trascienden en lo digital

El velerista Stefano Peschiera es el deportista con mejor desempeño en el mundo online. Los voleybolistas y surfistas son los otros atletas que más figuran en el ranking.

KAREN ROJAS ANDIA

karen.rojas@diarlogestion.com.pe

Ad portas de los Panamericanos, la preocupación principal de los deportistas que nos representan es hacer la diferencia en sus respectivos deportes; sin embargo, muchos de ellos buscan proyectar activamente su disciplina, esfuerzo y lo que concierne a su día a día en las redes.

Son así 20 los atletas peruanos que ostentan una performance destacada en plataformas como Facebook, con el velerista Stefano Peschiera a la cabeza del ranking elaborado por Métrica Digital junto a la agencia de marketing deportivo Inyogo.

Con alrededor de 30 mil seguidores, Peschiera suele compartir contenido sobre sus entrenamientos, preparación física y torneos a los que asiste. Sin embargo, son los profesionales de vóley y surf los que más aparecen.

Mientras las voleybolistas apelan más al sentimiento de patriotismo en sus publicaciones, provocando que sus seguidores tengan un “sentido de identificación”, los surfistas resaltan por mostrar su

Atletas digitales en Lima 2019

 <p>1 80.00 pts.</p> <p>Stefano Peschiera Lorez Vela</p> <p>Auspiciadores: 3</p>	<p>8.727</p> <p>29.167</p>
 <p>2 76.00 pts.</p> <p>Vanina Torres Oliveri Tabla hawaiana</p> <p>Auspiciadores: 3</p>	<p>17.946</p> <p>28.864</p>
 <p>3 72.00 pts.</p> <p>Angela Leyva Voleibol</p> <p>Auspiciadores: 2</p>	<p>80.563</p> <p>35.846</p>

 <p>4 68.00 pts.</p> <p>Diego Elias Chehab Squash racket</p> <p>Auspiciadores: 5</p>	<p>4.648</p> <p>9.470</p>
 <p>5 62.00 pts.</p> <p>Gladys Tejeda Puchhuananga Atletismo</p> <p>Auspiciadores: 4</p>	<p>37.847</p> <p>900</p>
 <p>6 61.00 pts.</p> <p>Pedro Pablo de Vinatea PARA Badminton</p> <p>Auspiciadores: 1</p>	<p>12.748</p> <p>5.359</p>

 <p>7 60.00 pts.</p> <p>Inés Melchior Huiza Atletismo</p> <p>Auspiciadores: 4</p>	<p>117.515</p> <p>3.297</p>
 <p>8 53.00 pts.</p> <p>Itzel Delgado Naranjo Paddle racing</p> <p>Auspiciadores: 4</p>	<p>3.903</p> <p>3.065</p>
 <p>9 51.00 pts.</p> <p>Eduardo Romay Voleibol</p> <p>Auspiciadores: 2</p>	<p>12.758</p> <p>8.833</p>
 <p>10 49.00 pts.</p> <p>Alexandra Grande Risco Karate</p> <p>Auspiciadores: 5</p>	<p>10.504</p> <p>7.393</p>

EL DATO
Criterio. El ranking evalúa la performance de cada atleta. Y es que quienes sobresalen en términos de seguidores no necesariamente ocupan las primeras posiciones. El estudio consideró más la interacción a través de comentarios.

actividad, maniobras que involucran y, evidentemente, las enigmáticas playas en que entrenan. Los representantes de atletismo tampoco se quedan atrás con tres representantes en la lista.

Otras ganadoras

En sus publicaciones, muchos atletas interactúan también con las marcas que les dan soporte. Y es que, para estas, contar con diversos atletas polideportivos en sus campañas supone una oportunidad, más aún si son potenciales medallistas.

“En el caso del deportista, las redes sociales juegan un rol clave por que ayudan a trasladar el mensaje de ma-

nera más soft y directa. Una red social bien trabajada puede marcar la diferencia en una campaña, si se elige al deportista adecuado”, se lee en el documento del ranking.

Para Alejandro Serkovic, director creativo de Métrica Digital, la huella digital de los atletas “se vuelve un activo invaluable que les abre las puertas de distintas empresas que comparten valores similares”.

En efecto, son varias marcas las que respaldan a atletas provenientes de distintas disciplinas y perfiles, con lo que buscarían conectar con distintos consumidores

Apoyos diversos

Destaca Toyota que le da soporte a cinco de los 20 atletas del ranking. Le sigue Adidas que auspicia a cuatro, al igual que Metro, que acaba de lanzar una campaña para apoyar a “Mujeres Insuperables”.

“No nos gusta usar el término ‘influencer’: los deportistas no tienen como foco influenciar a un consumidor”, dice Julio Medina, CEO de Inyogo.

Alo que añade: “El deportista personifica de manera auténtica valores como constancia, trabajo en equipo, liderazgo, solidaridad, etc. Las marcas, de su parte, también tienen los suyos, y con el paso del tiempo, buscan ser más cercanas”, puntualiza.

Más info
gestión.i.pe

ELABORACIÓN: Gestión

FUENTE: Métrica Digital, Agencia de Marketing Deportivo, INYOCCO