

Premios Eikon 2017

Categoría 9: Patrocinio o sponsoring cultural/deportivo

Dow, Compañía Química Oficial de los Juegos Olímpicos

Dow Argentina

RESPONSABLES DEL PLAN:

POR DOW ARGENTINA

Pablo Cattoni – Director de Asuntos Públicos y Gubernamentales

Sofía Lobo – Gerente de Comunicación Externa

1. Introducción

Dow Argentina aprovechó la plataforma única de los Juegos Olímpicos Rio 2016 para aumentar el conocimiento sobre la empresa y generar compromiso entre sus principales *stakeholders* (clientes, empleados, periodistas, gobierno y principales líderes de opinión).

A través de diferentes actividades, la compañía comunicó y aumentó el conocimiento de sus principales soluciones y tecnologías para los Juegos Olímpicos Rio 2016. Además, aprovechó para difundir su participación en los Juegos de la Juventud 2018 en los que también tendrá un papel importante.

El objetivo de estas acciones fue acercarse a los periodistas con una propuesta que incluyera contenido sobre los Juegos Olímpicos Rio 2016 y mostrar de forma entretenida la participación de la compañía con sus tecnologías, además de reforzar el conocimiento general sobre Dow Argentina. En definitiva, se buscó afianzar la relación con los periodistas con formatos alternativos y entretenidos para acercarles información sobre la compañía.

El espíritu olímpico en Dow

Dow se convirtió en la Compañía Química Oficial y Socia Mundial de los Juegos Olímpicos en 2010 con el objetivo de ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles que ayuden a mejorar la experiencia olímpica para los territorios anfitriones, atletas y aficionados de todo el mundo. Esta asociación con tamaño evento mundial permite además demostrar el papel importante que juegan la química y la ciencia en el atletismo y en la vida cotidiana.

El gran viaje que emprendió Dow lo encuentra ahora en un rol protagónico, liderando un modelo de colaboración multistakeholder que integra políticas públicas, tecnología e innovación. Ejemplo de ello fueron los Juegos Olímpicos de Río 2016, donde la compañía se involucró en más de 20 proyectos que comprendieron desde tecnologías para el campo de juego hasta la construcción de instalaciones, transporte e infraestructura de la ciudad sede. Además, implementó un programa inédito de reducción de carbono.

El involucramiento de la compañía era notorio, los proyectos sumamente interesantes y desafiantes, pero era poca la gente que verdaderamente conocía lo que se estaba realizando. En este sentido, las filiales regionales tomaron un rol protagónico en desarrollar un plan de comunicación para dar a conocer estas acciones. Apalancándose en el evento, Dow Argentina ideó una serie de iniciativas tendientes a aumentar el conocimiento entre sus públicos de interés.

2. Ejecución del Plan

Objetivos:

- Ampliar el conocimiento de la compañía por parte de un público clave
- Relacionamiento a través de una actividad entretenida y descontracturada
- Actualización de la base de datos

Públicos:

- Empleados
- Clientes
- Periodistas

- Autoridades de Gobierno
- Líderes de opinión pública calificada

Estrategia

En la Argentina, Dow elaboró una plataforma única de comunicación para los Juegos de Río 2016 con dos claros objetivos: por un lado, aumentar el conocimiento generalizado acerca de la compañía; y, por el otro, fortalecer la relación con los públicos apuntados.

Acciones

- **Trivia Dow:** el objetivo de la acción fue acercarse a los periodistas con una propuesta que incluyera contenido sobre los Juegos Olímpicos Rio 2016 y mostrar de forma entretenida la participación de la compañía con sus tecnologías, además de reforzar el conocimiento general sobre Dow Argentina. En definitiva, se buscó afianzar la relación con los periodistas además de encontrar formas alternativas para acercarles información sobre la compañía. Se buscó que el formato fuera simple y que consumiera el menor tiempo posible, por eso se realizó en un soporte 100% digital. Fueron invitados a participar 160 periodistas de distintos medios de comunicación de todo el país.

La Trivia Dow se lanzó el 13 de julio de 2016 con un email a cada uno de los periodistas invitados a participar a través del que se los invitaba a registrarse en un mini sitio especialmente realizado para el juego, www.iugayviaja.com. La Trivia Dow finalizó el 22 de agosto de 2016 con una encuesta de satisfacción. Durante ese tiempo, se diseñaron y enviaron 11 flyers de contacto con los periodistas para los distintos momentos del juego:

- a. Teaser
- b. Premios
- c. Mecánica del Juego
- d. Entrada en calor
- e. Primera Etapa
- f. Segunda Etapa

- g. Tercera Etapa
- h. Agradecimiento
- i. Encuesta de satisfacción

La dinámica consistió en responder 18 preguntas, divididas en 3 tandas de 6 preguntas cada una, acerca de la compañía y de su participación en Rio 2016. Esos interrogantes buscaron probar el conocimiento de los periodistas en 3 áreas principales: 1) Dow global 2) Dow Argentina 3) Soluciones de Dow en los Juegos Olímpicos. Los participantes recibieron semanalmente y por correo electrónico una invitación a responder la Trivia que se encontraba disponible por 48 h. Al finalizar cada etapa, los jugadores accedían al listado de posiciones. A medida que estas iban siendo respondidas, se obtenían puntos, los cuales al finalizar cada etapa otorgaba un premio a quien mayor puntaje hubiese obtenido. Hubo 3 premios generales, el primero consistió en un viaje a Río de Janeiro para alentar a los atletas argentinos, el segundo en un televisor LSD y el tercero, en una computadora. Además, hubo ganadores por cada etapa que recibieron una Tablet. Aquellos periodistas posicionados del puesto 10 al 15, no se quedaron con las manos vacías, sino que recibieron una mochila con *merchandising* de los Juegos de Rio 2016.

- **Agenda Olímpica:** se trabajó con una alianza estratégica con DBiz, el newsletter diario dirigido a una base de 12 mil contactos. DBiz aportó, además, el diseño y desarrollo de los HTMLs. Para el desarrollo del contenido, se convocó a Ernesto Rodríguez, redactor y editor especializado en deportes olímpicos.

El newsletter contenía 4 secciones de información:

- **Foto del día** y un pequeño comentario sobre la noticia más importante de la jornada anterior.
- **Agenda Argenta:** agenda de los eventos más importantes del día, con apartado especial sobre la participación argentina.
- **Historias Mínimas:** cada día una historia especial de diferentes atletas argentinos que estaban participando en Rio 2016. Por ejemplo: cómo entrenaba, cuáles eran sus sueños, qué dificultades tuvo que atravesar, etc.
- **Sabías qué:** datos curiosos y llamativos sobre Dow y los Juegos Olímpicos.

Agendow Olímpica fue enviada diariamente, del 5 al 22 de agosto, con los últimos desarrollos de los Juegos Olímpicos y las tecnologías Dow implementadas en Río, a una base de 16 mil contactos clave de la empresa: clientes, proveedores, Gobierno, periodistas, empleados y líderes de opinión clave. Al finalizar, se realizó una encuesta de satisfacción.

- **La gran fiesta de la inauguración:** el 5 de agosto, día de la apertura oficial de los Juegos Rio 2016, Dow organizó un evento especial para compartir para que clientes, periodistas y empleados pudiesen disfrutar de la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos de Río 2016 en un clima festivo y relajado. el encuentro tuvo lugar en el salón Puerto Salguero dentro del Complejo Costa Salguero y contó con una ambientación al mejor estilo brasilero, con cócteles y todo lo necesario para compartir una tarde carioca y olímpica. Asistieron casi 250 invitados que disfrutaron de un catering especialmente pensado para que la velada acompañase el espíritu de Rio. El evento contó con palabras iniciales del presidente de la compañía, Gastón Remy, con un agradecimiento de representantes de la Embajada de Brasil y un show de baile carioca, para luego disfrutar en una pantalla gigante el minuto a minuto de la inauguración.

- **Prensa:** a través de la distribución de una serie de comunicados de prensa, se dio a conocer distintos aspectos de la participación de la compañía en los Juegos Olímpicos Rio 2016. En total, fueron 6 comunicados de prensa con un total de 77 repercusiones positivas.
 - j. Las soluciones innovadoras de Dow son clave para la realización de los Juegos Olímpicos
 - k. Dow y Rio 2016 brindan a Brasil un legado de mitigación de carbono sin precedentes
 - l. Dow planta árboles para celebrar el Día Olímpico Internacional
 - m. Luciana Aymar visitó el stand de Dow en Argenplás 2016
 - n. A 100 días de los Juegos Olímpicos, Dow brinda soluciones para un evento sustentable
 - o. Tecnología para empaques de Dow ayudará en la mitigación de la huella de carbono de los Juegos Olímpicos Río 2016

- **Juegos Olímpicos de la Juventud 2018:** El próximo año, la Ciudad de Buenos Aires será sede por primera vez en su historia de los Juegos Olímpicos de la Juventud. Allí, jóvenes atletas de entre 14 y 18 años se reunirán para competir en las mismas categorías que se disputan en los juegos tradicionales, esparciendo el espíritu olímpico por cada rincón del país. Como parte del acuerdo global, Dow Argentina es en Buenos Aires uno de los principales sponsors y el más cercano a la organización. Durante 2016, Dow participó de las actividades más importantes organizadas por el Comité de los Juegos Olímpicos de la Juventud:
 - p. En el Día Olímpico Internacional, Dow, Sponsor Oficial de los Juegos Olímpicos y Socia Oficial de Carbono de los Juegos de Río 2016, junto al Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de la Juventud, llevó adelante una plantación de árboles en el Parque de la Ciudad, predio donde se establecerá uno de los complejos deportivos de “Buenos Aires 2018”. La actividad contó con la participación de alumnos de la Escuela Media Arturo Jauretche y representantes de Cascos Verdes, una asociación civil sin fines de lucro que trabaja a favor de la inclusión socio-laboral de personas con discapacidad intelectual, a través de la educación ambiental.
 - q. Del 10, 11 y 12 de agosto, Dow estuvo presente en el YOG18 en Plaza Vaticano con un stand dedicado a actividades de Ciencia, a cargo de “Locos por la Eco” para que los chicos pudiesen aprender jugando.
- **Regalo 52° Coloquio Anual de IDEA y donación:** siguiendo con el espíritu olímpico, se ideó el regalo para los asistentes al 52° Coloquio Anual de IDEA también en línea con los mensajes de los Juegos Olímpicos. El regalo consistió en una caja que contenía una pelota de futbol n° 5. Lo especial del regalo residía en que se aprovecharon las caras de la caja para pasar nuestros principales mensajes en torno a la participación de Dow en los Juegos Olímpicos, en especial, en Rio 2016; así como información sobre la compañía en Argentina, con un diseño especial. Además, con el convencimiento de que el deporte es una herramienta fundamental para el desarrollo de una sociedad, las pelotas fueron elaboradas por FC Bola, una empresa B certificada que trabaja para que todos los chicos, a la hora de jugar, tengan las mismas oportunidades. Por eso, por cada pelota comprada, Bola donó otra para que más chicos puedan jugar en la Argentina. Dow Argentina junto al Municipio de Bahía Blanca y a la empresa social FC Bola entregaron las mil pelotas de fútbol a un

total de 43 entidades deportivas del distrito, donde la compañía tiene su principal Complejo Productivo.

3. Evaluación/Pruebas

A raíz de este sponsoreo deportivo, Dow obtuvo muy buenos resultados de sus proyectos, haciendo estas experiencias dignas de ser replicadas. Los Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires, van a ser prueba de ello.

Las iniciativas llevadas adelante por la filial argentina dieron como resultado los siguientes números:

Resultados Trivia Dow:

- 160 periodistas involucrados en la acción
- 11 flyers diseñados y enviados
- La encuesta de satisfacción indicó que:
 - Al 100% de los que respondieron les gustó la iniciativa y la actividad les resultó interesante y entretenida
 - Al 84,4% le permitió conocer más sobre Dow
 - Al 87,9% le permitió conocer más sobre la participación de Dow en los Juegos Olímpicos

Resultados AgenDow Olímpica:

- 16 mil contactos impactados
- 18 boletines enviados
- Algunos comentarios recolectados en la encuesta de satisfacción:
 - “Muy buena información, presentación. Cumplió su promesa porque era, de hecho, una agenda para no perder eventos de interés. Un boletín cinco veces, una vez por cada anillo olímpico.”
 - “Excelente propuesta, con información adecuada para hacer un seguimiento diario de los eventos más importantes de los Juegos Olímpicos y de los casos a conocer. Felicidades y gracias!”
 - “Buena propuesta y acción para difundir la marca. Felicidades!”

- “Felicitaciones por la iniciativa. Muy interesante y permitió que aquellos de nosotros con poco tiempo para ver un resumen completo de cada día y actividad, además de enriquecer historias. Saludos desde Neuquén.”

Resultados Fiesta de inauguración:

- 245 asistentes
- Encuesta de satisfacción:
 - Sobre la organización del evento: 53% Excelente y 44% Muy bueno
 - Sobre la evaluación general del evento: 44% Excelente y 57% Muy bueno

Resultados gestiones de prensa:

- 6 comunicados de prensa enviados, 2 entrevistas
- 77 artículos publicados en medios de tirada nacional

Los Juegos Olímpicos Rio 2016 representaron una gran oportunidad para la compañía en términos de comunicación, ya que le permitió aumentar el conocimiento de la compañía y de sus tecnologías en un público más amplio y con formatos innovadores.