

Portada

Título: “Las dos carreras de Tomás Deharbe, el piloto solidario. Construcción y posicionamiento de una marca alternativa en el mundo del automovilismo deportivo”.

Categoría: 9.2. Sponsoring Deportivo.

Autor: DESTEFANO SportBusiness.

Responsables de la presentación: Gastón Garriga, Claudio Destéfano, Patricio García De Leo.

Responsable por el cliente: Daniel Deharbe

Descripción: “Desarrollo de proyectos solidarios que permitan a un piloto de una categoría promocional trascender los límites de su actividad y los medios especializados y comenzar la construcción de una marca personal y potencial celebrity”.

1.Introducción

1.1. El contexto

La pasión de Tomás Deharbe por el automovilismo se desató de manera tardía. Debutó en karting con quince años, compitiendo contra chicos de esa misma edad, que arrastraban ya nueve años de experiencia. La mayoría de los pilotos se inicia entre los cinco y siete años, con unos kartings con motores 2 tiempos de 35 cm³... como los de las motosierras.

A pesar de ese déficit de formación, Tomás logró avanzar en distintas categorías, pasando por los monoplaza, también llamados “formulita”.

En diciembre de 2015 debutó en los llamados “autos con techo”. Fue en el Autódromo de La Plata, con un Ford del TC Pista Mouras (en adelante TCPM), la cuarta y última categoría promocional de la poderosa ACTC, cuya categoría estrella es el Turismo Carretera, que con ochenta años es la más antigua del mundo.

Quien debuta en TCPM aspira a llegar al TC, pero ése es un lugar reservado para más talentosos, perseverantes y profesionales... Y esas carreras solo las ganan aquellos que dibujan un plan integral que supere el trazado de la pista.

Daniel Deharbe es director y propietario de Davicom, la empresa que provee equipos y soluciones de radio a casi todo el automovilismo deportivo en Argentina. Es además, padre y mentor de Tomás. Y, ante todo, un soñador.

Consciente de que no bastaba con hacer un buen trabajo en la pista y de que la sustentabilidad económica es una de las claves para la continuidad del proyecto, Daniel convocó a DESTEFANO SportBusiness para diseñar un plan “*out of the box*”, que saliera de la caja del posicionamiento tradicional de un piloto. “Quiero que Tomás ocupe espacios no tradicionales, no solo los que comparte con sus colegas”, dijo.

Consigna clara: pensar un diferencial para Tomás versus los otros cuarenta pilotos. Algo que fuera impactante, distinto y sustentable por más de un año. Algo que lo ponga en otra pista.

2. Solidaridad sobre ruedas

2.1. Una idea fuerza

Como soñar es gratuito, en DESTEFANO Sportbusiness observamos había una pista construida, la tradicional, y que estaba el espacio preparado para realizar una en la cual corriera un solo piloto, el que se anime a completar cada una de sus vueltas. La bandera a cuadros de esa pista era el corazón de nuevos fans, aquellos que tal vez antes no se sentaban frente al televisor un domingo por la mañana, pero que ahora sí lo harían con el sueño de verlo llegar. Esos nuevos fans debían ser las dos puntas del ovillo: los que tienen

algo que ofrecer y aquellos que necesitan ayuda. Y Tomás, El Piloto Solidario, aceleraría a fondo para juntarlos.

En la etapa de briefing, surgieron algunas características de su personalidad y aspectos de su historia de vida. Nacido y criado en Pilar, en el seno de una familia de clase media acomodada, estudió en un colegio inglés y, como parte de un programa de voluntariado escolar, colaboró con el jardín comedor “Los Toritos” del barrio Toro, en la zona de Derqui. Esa experiencia, muy formativa, le permitió tomar contacto con una realidad muy distinta a la suya. Lo conmovió. Hasta ese momento, Tomás había sido por un lado piloto deportivo y por otro voluntario en una institución. Desde DESTEFANO SportBusiness le propusimos unir sus dos facetas para salir a correr dos carreras: la tradicional y la del “Piloto Solidario”.

2.2. Primeros pasos

“Quiero que otras marcas no tradicionales ingresen al automovilismo; que descubran la pasión de este deporte”, dijo Daniel Deharbe en la primera reunión. Música para nuestros oídos. Con el financiamiento anual del auto cubierto, el objetivo inmediato fue instalar la marca y el concepto, sin buscar monetización de corto plazo.

Tanto las carreras como la clasificación del TCPM se transmiten en vivo por la TV Pública. Esto les da a los autos un alto nivel de visibilidad, algo deseable para los sponsors. DESTEFANO Sportbusiness no salió a “vender” el auto, sino a buscar “copilotos solidarios” que lo acompañaran en su cruzada con donaciones de productos o servicios que contribuyeran al funcionamiento del jardín comedor y el bienestar de los 300 chicos que concurren día a día.

Tomás oficializó su condición de padrino de Los Toritos, primero ante los periodistas acreditados en el Autódromo, con una pequeña presentación en su box y días más tarde ante la prensa local de Pilar, que fue agasajada con un desayuno. En ambas ocasiones, se presentó el sitio www.tomasdeharbe.com, a través del cual podían seguirse ambas campañas, la deportiva y la solidaria.

Esta modalidad de trabajo se sostuvo regularmente durante todo 2016, a la vez que se tomaron como propios otros desafíos como la participación de festivales solidarios por el Día del Niño en agosto, o la campaña de recaudación de fondos para operar de la vista en China a dos niños de la ciudad de Azul, de donde es oriundo el equipo de Tomás, Azul Motor Sport.

3. Logros

El plan era simple. Si Tomás terminaba la carrera, se activaban las donaciones. Podía no estar en el podio tradicional (algo lógico, debido a que era el debut en esa categoría), pero debía estar en el podio de la otra pista imaginaria para que sus fans (empresas donantes, y niños de Los Toritos) se sintieran orgullosos de su destreza.

A lo largo de sucesivas carreras, el auto fue ploteado con isologos de Havanna (alfajores y chocolates para las meriendas), Cabaña Argentina (carne porcina para el comedor), Rasti (juegos para la ludoteca y el Día del Niño), Fujifilm (donó una cámara que se sorteó en la kermesse anual), La Cumbre (budines y galletas proteicos y fortificados para dietas especiales), entre otras empresas que demostraron a la vez solidaridad por las causas nobles y visión para reconocer una buena oportunidad de comunicación masiva a través de medios y redes por un costo muy accesible.

Durante 2016, a pesar de no hacer podios, Tomás Deharbe fue el piloto de mayor exposición, no sólo de su categoría, sino también de la superior, el TC Mouras, como lo demuestran las estadísticas adjuntas de Facebook y Twitter y el clipping de prensa.

Casi todas sus publicaciones son retwiteadas por la cuenta oficial de la ACTC. Esto permite determinar que la organización percibe que la asociación con el piloto solidario la beneficia en términos de imagen pública.

En la última fecha Tomás logró el ascenso al TC Mouras, después de haber aliviado las finanzas de Los Toritos de ese mismo ejercicio en \$400.000

2017

La vida es larga. Hay que hacerla ancha... El TC Mouras (TCM) es una categoría más federal, con algunas carreras en distintas provincias, en contraposición al TCPM, que se corre casi exclusivamente en La Plata. Este detalle obligó a pensar en una estrategia más abarcativa y ambiciosa, sin por ello abandonar el padrinazgo con Los Toritos.

Este año, el equipo de Tomás establece, con la mayor anticipación posible, un partnership con una institución de bien público relevante y reconocida de cada una de las localidades que visitará. Una vez alcanzado el acuerdo, lo anuncia en sus canales y cuentas oficiales en redes y mediante comunicado de prensa a todos los medios especializados (Carburando, Vuelta previa, Campeones, TC Revista, etc.), junto con las principales necesidades del lugar (ropa, abrigo, calzado, juguetes, alimentos, etc.). Luego, en las carreras sucesivas, recibe las donaciones en su box, donde coloca canastos accesibles para que el público pueda dejarlas. Cada donante se saca una foto con el piloto y recibe su gratitud.

Cuando viaja, recibe a los representantes de la institución en el autódromo junto a la prensa y entrega las donaciones, de manera que los donantes puedan chequear el destino de la mercadería, para asegurar la trazabilidad y transparencia.

Este mismo esquema se completó recientemente en Toay, provincia de Santa Rosa, con la organización Fundalhum (ver anexos).

La ambición de Tomás lo lleva permanentemente a nuevos desafíos. La nueva etapa lo lleva a recorrer más kilómetros de pista, y mantener su condición de Piloto Solidario. Cada fin de semana se presenta un nuevo desafío, pues a la competencia de TC Mouras (que continúa transmitiendo la TV Pública, donde en estos momentos compite por ingresar en la denominada "Copa de Oro") se le suma el intento por subirse a un auto para competir en el Top Race (competencia que transmite Canal 13). La ahora tercera pista que recorre, la solidaria, sigue vigente para que haya más corazones que sigan latiendo tan fuerte como el motor de sus autos. Tomás es un piloto más, pero distinto: es El Piloto Solidario.