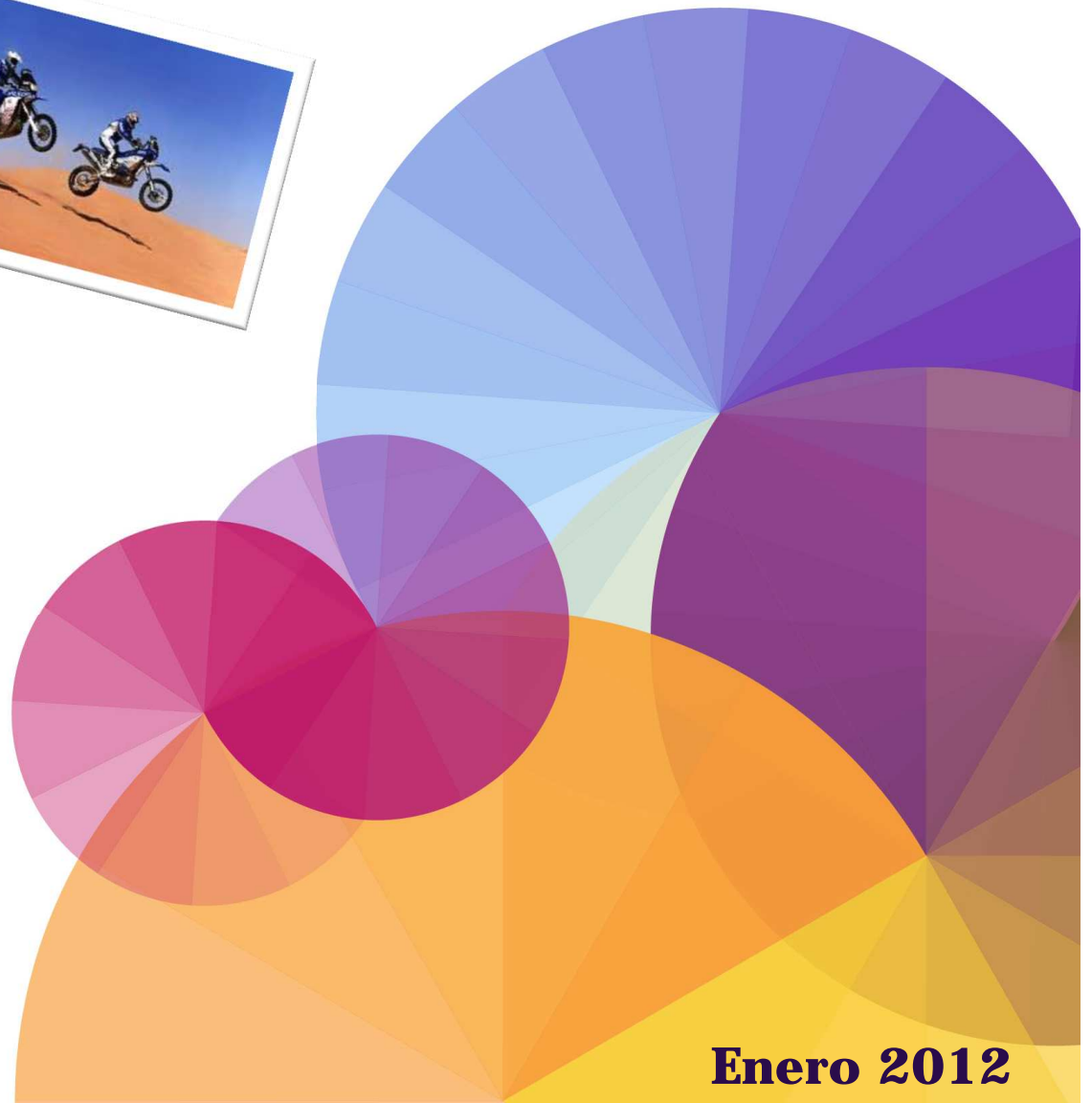


Rally Dakar 2012



Enero 2012

Introducción



La competencia del Rally Dakar 2012 implicó una recorrida por 8.336 kilómetros entre Argentina, Chile y Perú.

Comenzó en Mar del Plata el 01 de Enero, donde su trayecto dejó huellas en las cinco provincias argentinas, (La Pampa, Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca), pasó por el desierto de Atacama y finalizó en la ciudad de Lima, Perú.

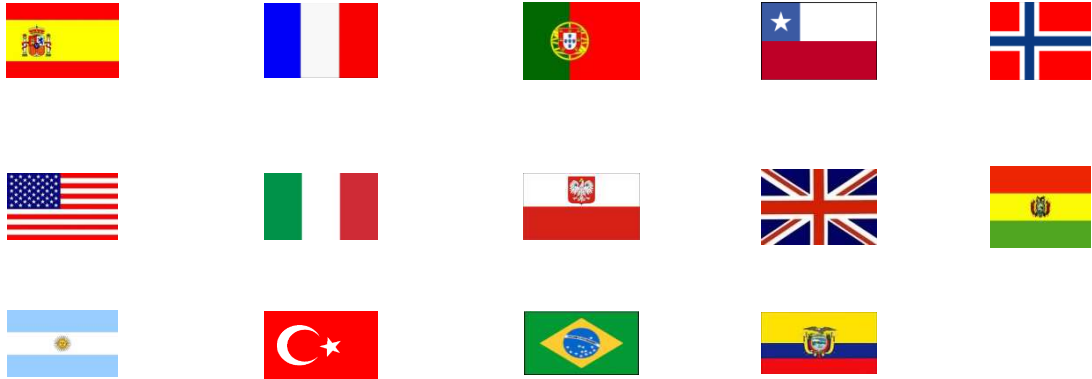
La competencia fue transmitida por el canal de TV Abierta TV Pública (2 ediciones por fin de semana) y la señal de TV Paga FOX Sports (2 ediciones diarias). Los mismos llevaron las imágenes del evento a cada uno de los hogares de la República Argentina. La cobertura del evento también estuvo presente en diferentes señales de noticias de TV Cable.



Países Participantes



MOTOS



AUTOS

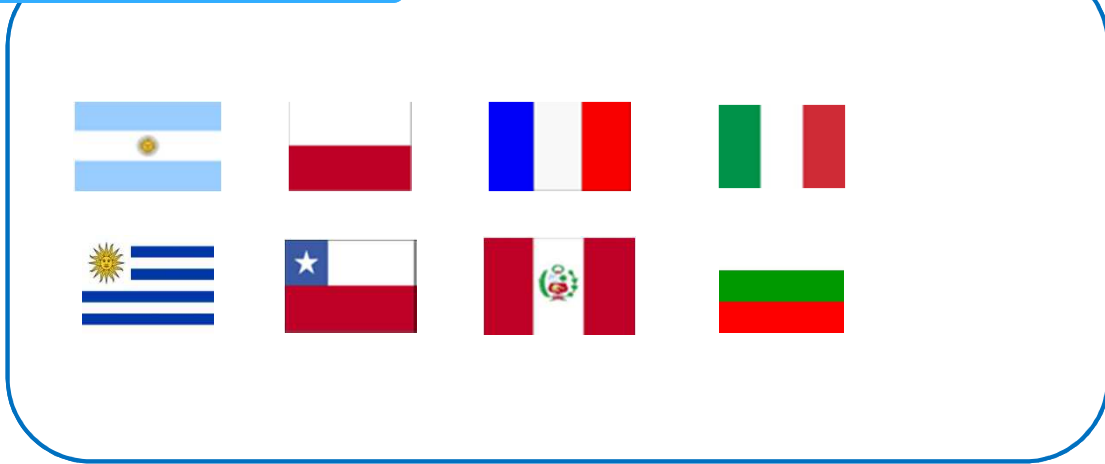


Fuente: www.dakar.com

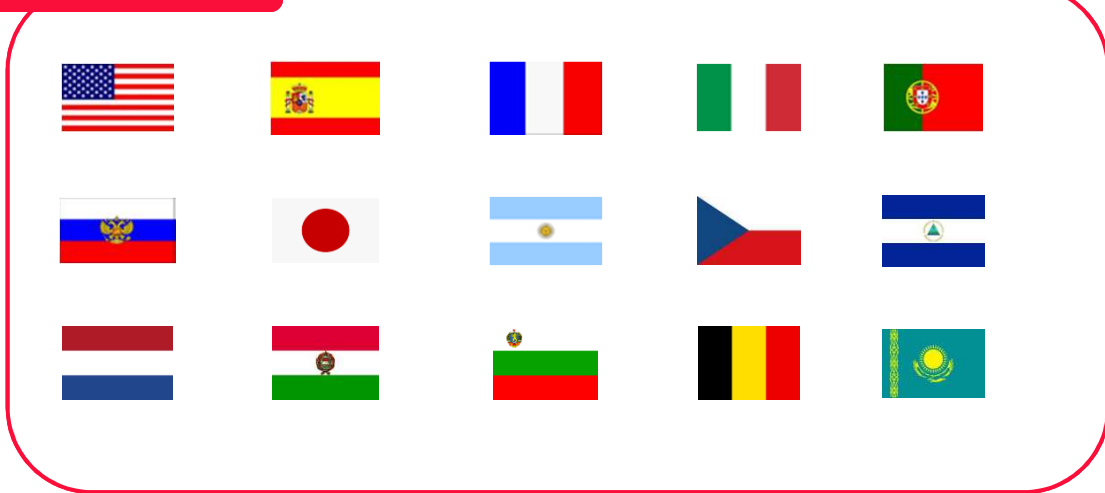
Países Participantes



CUATRICICLOS



CAMIONES



Fuente: www.dakar.com

Ganadores de las Categorías



AUTOS



- 1° Puesto: Stephane PETERHANSEL 
- 2° Puesto: Nani ROMA 
- 3° Puesto: Giniel DE VILLIERS 

MOTOS



- 1° Puesto: Cyril DESPRES 
- 2° Puesto: Marc COMA 
- 3° Puesto: Hélder RODRIGUES 




CAMIONES



- 1° Puesto: Gerard DE ROOY 
- 2° Puesto: Hans STACEY 
- 3° Puesto: Artur ARDAVICHUS 

CUATRICICLOS

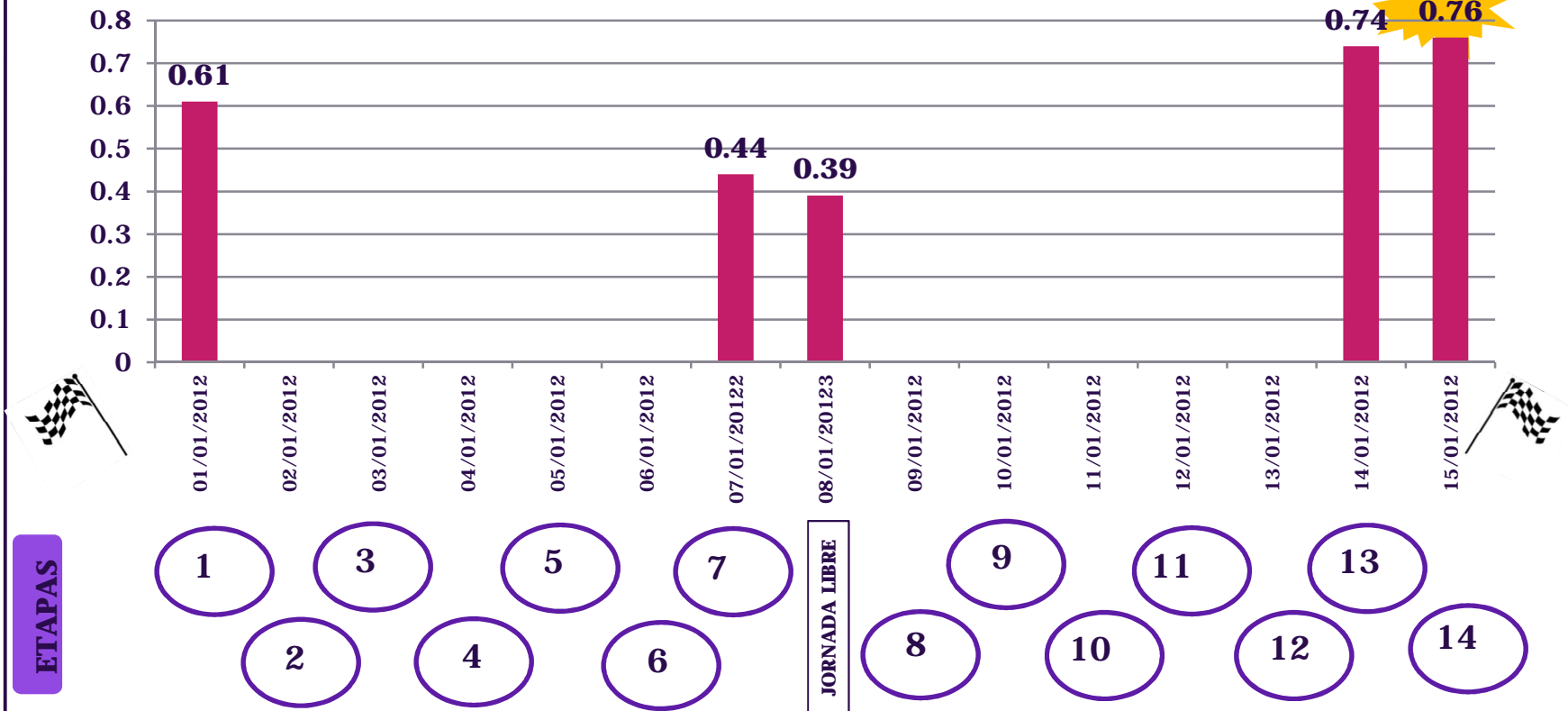


- 1° Puesto: Alejandro PATRONELLI 
- 2° Puesto: Marcos PATRONELLI 
- 3° Puesto: Tomas MAFFEI 

Evolución del Rating



Recorrido del Dakar- Target: Total Individuos

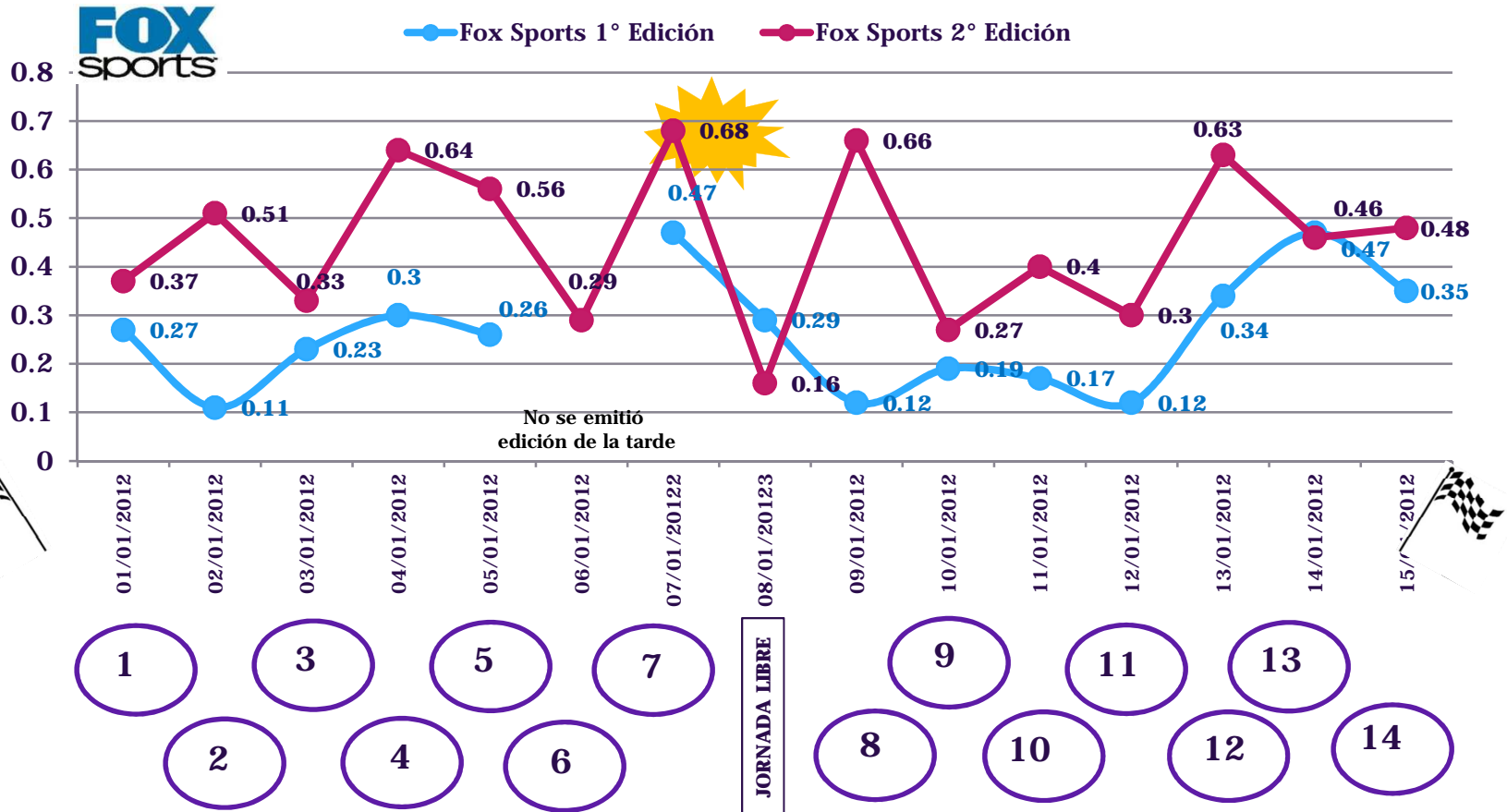


TV Pública logró su tope máximo de rating el día de la llegada con 0.76 puntos. A diferencia de Fox Sports, sólo transmitió ediciones los sábados y domingos.



Evolución del Rating

Recorrido del Dakar- Target: Total Individuos



ETAPAS

La carrera del Dakar 2012 fue transmitida desde el comienzo hasta el final continuamente por el canal de cable Fox Sports, llegando a su pico máximo de rating en la etapa 7.

Indicadores de Audiencia



Recorrido del Dakar- Target: Total Individuos



Fuente: Ibope

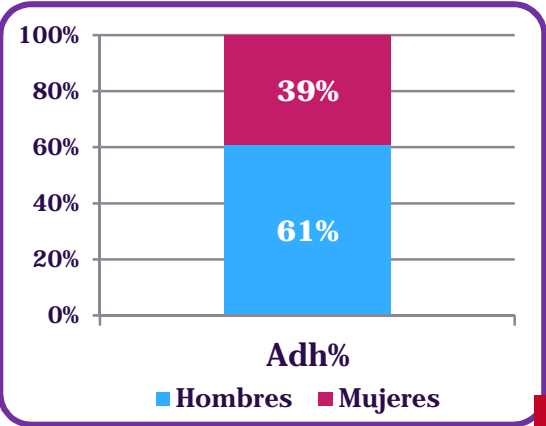


Perfil de Audiencia

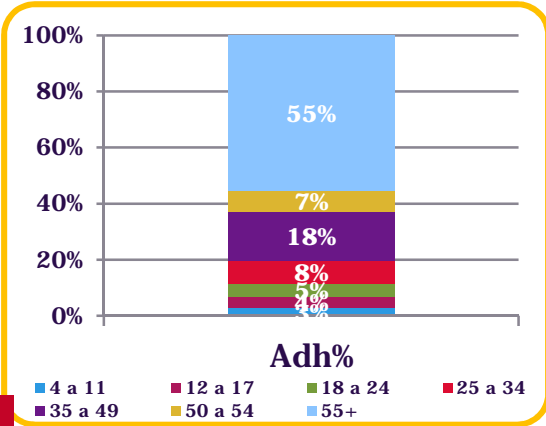


Carreras del Dakar

Sexo

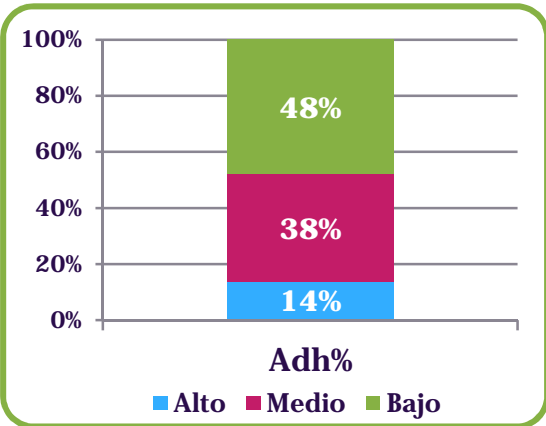


Edad

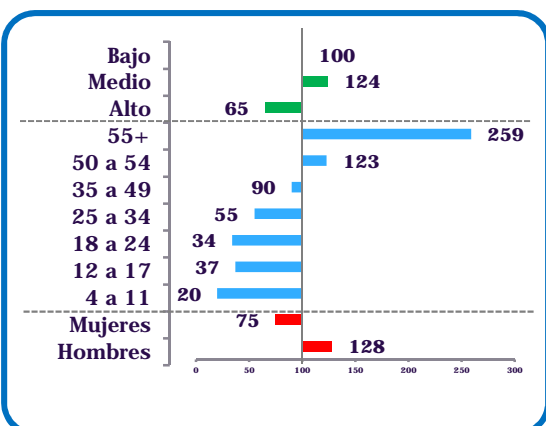


**Perfil de Audiencia:
Hombres 55+ NSE Medio- Bajo**

NSE



AFINIDAD



Fuente: Ibope

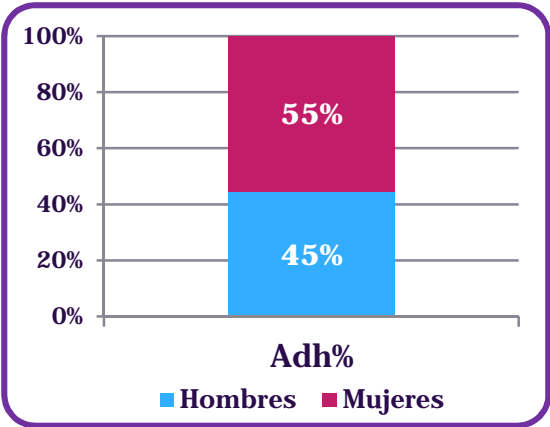


Perfil de Audiencia

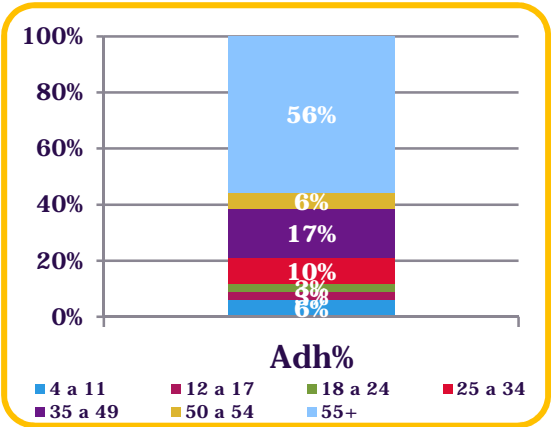


Carreras del Dakar

Sexo

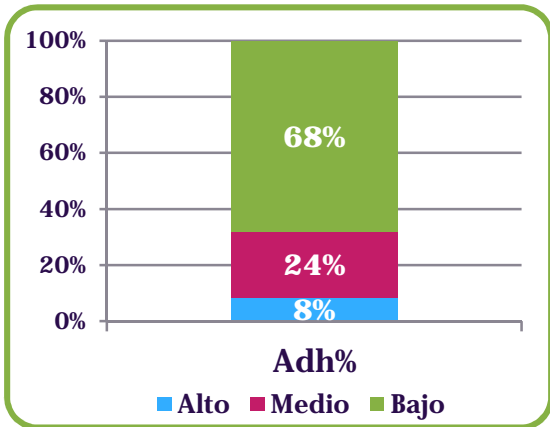


Edad

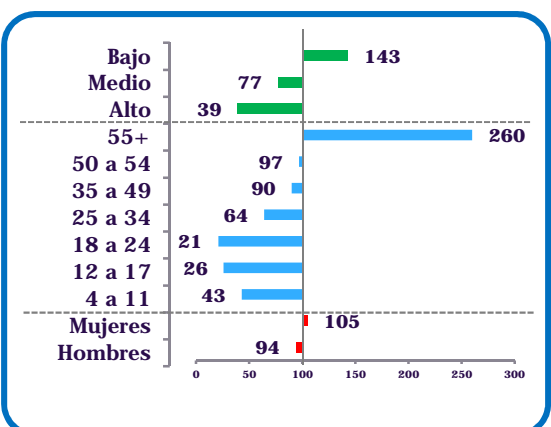


**Perfil de Audiencia:
Ambos 55+ NSE Medio Bajo**

NSE



AFINIDAD



Fuente: Ibope

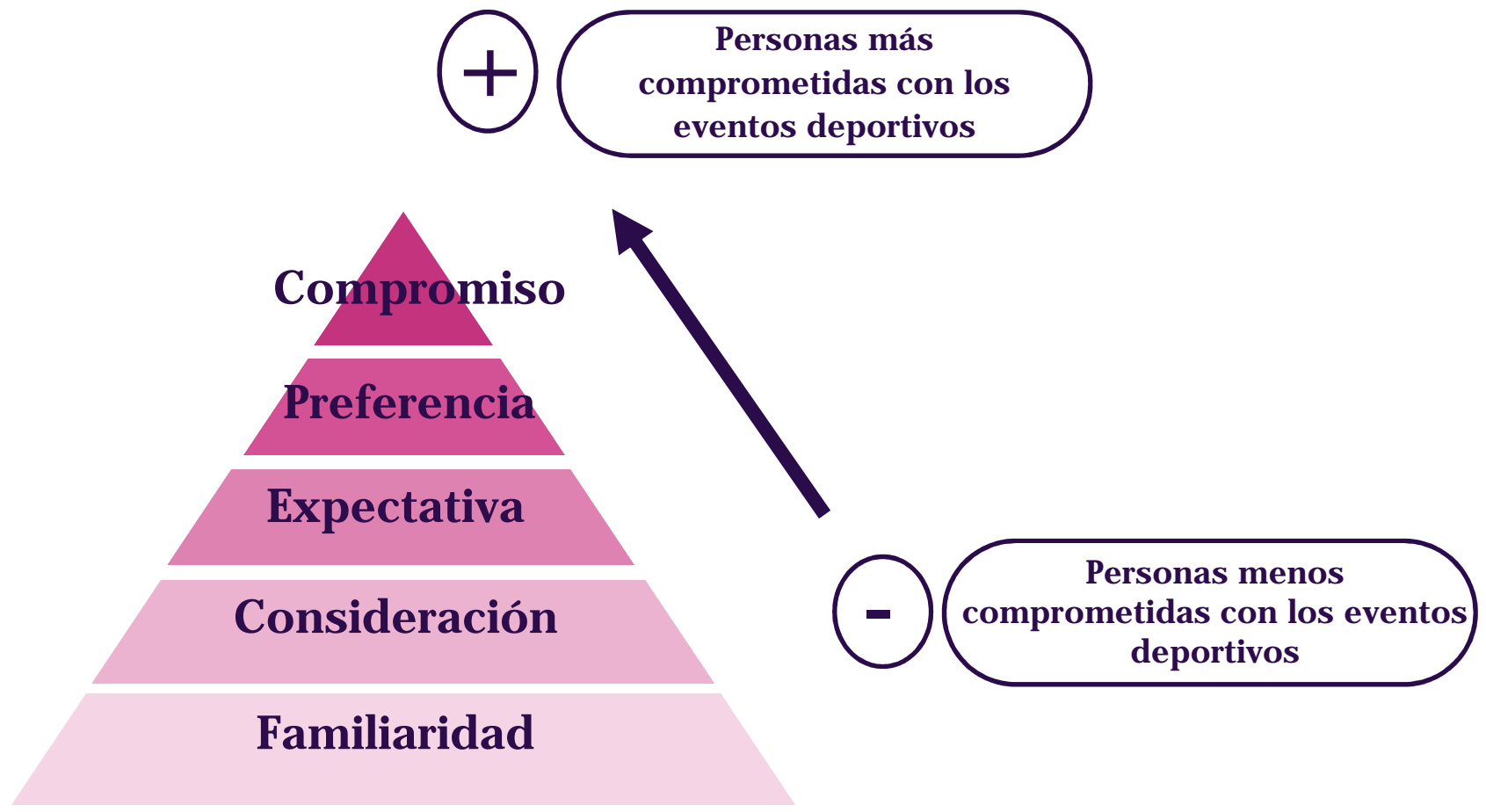


El Dakar como marca en Argentina



- La relación de los consumidores con el deporte es un ecosistema con reglas y mecanismos propios, por lo que, sobre la base de la relación entre marca, target y deporte se han desarrollado una nueva herramienta para investigación y marketing: SportZ. Este nuevo estudio combina datos duros de visualización de las diferentes alternativas de patrocinio con información sobre el grado de involucramiento y lealtad del público a cada una de las competencias.
- SportZ investiga el grado de consideración del espectador sobre ese deporte o competencia patrocinada. Otros aspectos de la herramienta (no utilizados en este apartado) son la identificación o refuerzo de valores sobre las marcas en términos de transferencia de imagen y personalidad; y los datos duros necesarios para ajustar la evaluación sumando la información sobre en el “retorno” en términos de visualización sobre el target específico logrando así conocer con eficacia cada evento.
- A través del SportZ, analizamos las «Comunidades de fans» construidas «naturalmente» alrededor de cada evento deportivo. La idea de Comunidades refiere al vínculo entre las personas y los deportes, siendo que en este ámbito el mismo se desarrolla en el plano estrictamente emocional.

Pirámides de salud

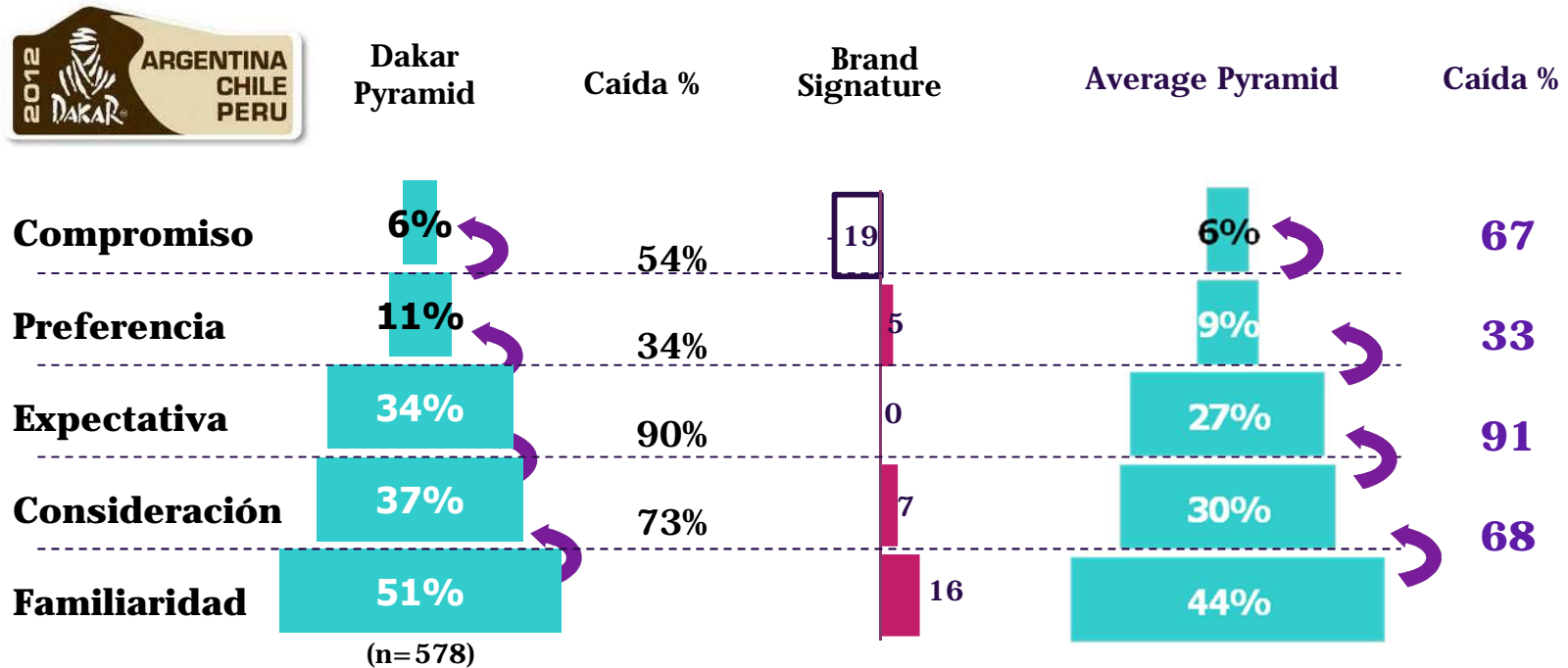


Las personas se deslizan por la pirámide de acuerdo a su opinión a cerca de ciertas actitudes hacia el evento deportivo

Pirámide Dakar vs. promedio categoría

SPORT Z

Arribamos a una pirámide promedio de la categoría construida en base a la salud de 10 eventos*.

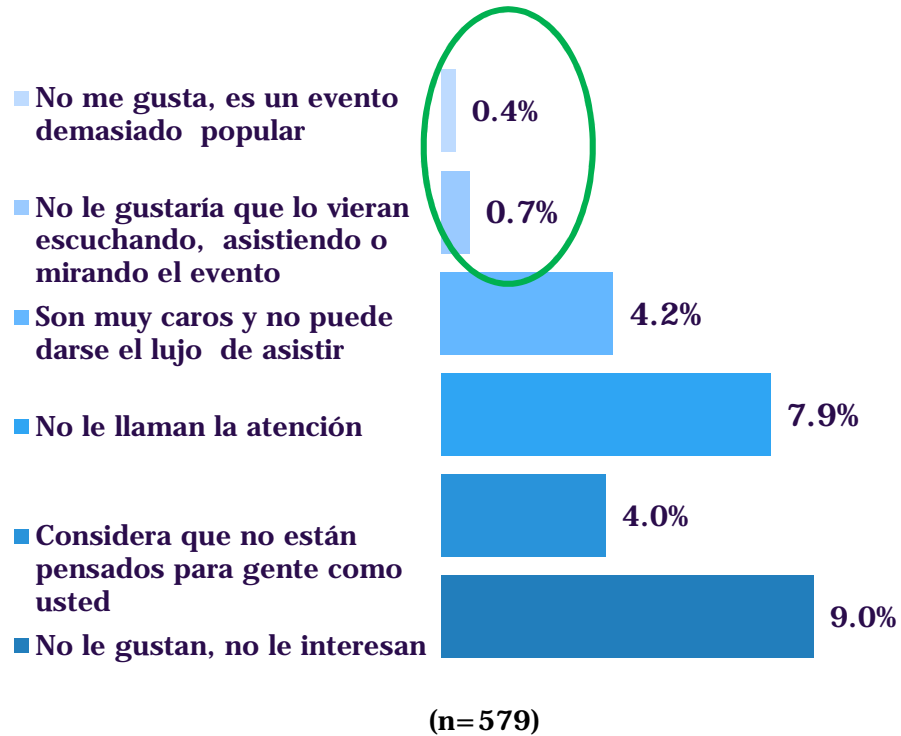


«Una competencia + un mega evento»

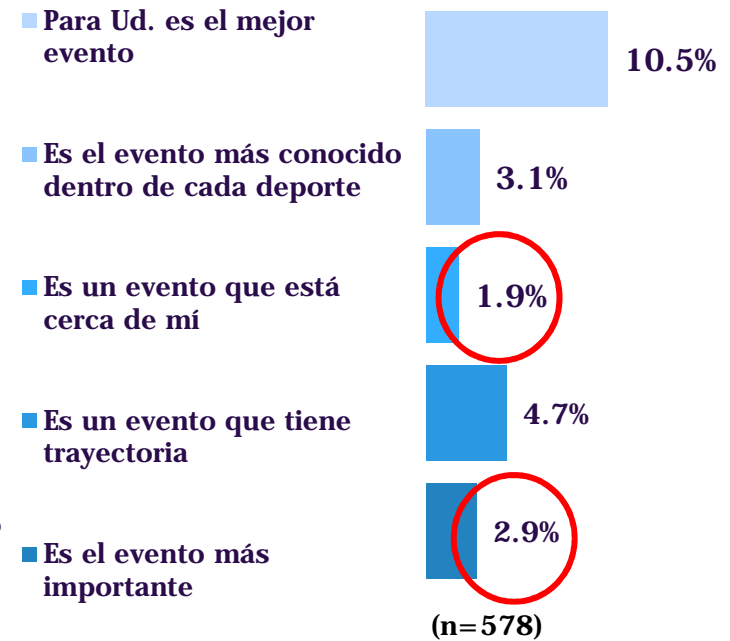
- Sabemos que el automovilismo, en cualquiera de sus variantes, tiene un fuerte arraigo en el gusto deportivo de los argentinos. El Rally Dakar suma a esta pasión nacional toda la espectacularidad de un evento mundialmente famoso y con una exposición televisiva que pocos otros eventos tienen. Es por esto que presenta una pirámide de salud muy fuerte solo superada por el Campeonato local del fútbol y el ATP tour de Tenis.
- Mantiene valores superiores a la pirámide prom. de eventos deportivos, y valores similares de conversión a excepción del último escalón, donde llega con un buen número de casos por la excelente performance anterior

Dakar - Salud del Evento

Escalón Consideración



Escalón Compromiso



- El Dakar tiene un conversión excelente desde el simple escalón de Familiaridad, relacionado con el conocimiento del evento, al de Consideración, con valores bajos en todos los atributos y prácticamente inexistentes en «demasiado popular» o no me gustaría que me vieran asistiendo o mirando».
- Desde los atributos que conforman el último escalón de la pirámide el Dakar, si bien presenta un excelente nivel en «es el mejor evento» sólo detrás del Fútbol Argentino y el Tenis ATP, aún resulta algo ajeno al público y por esto no lo sienten tan cercano o importante. Sin embargo, estos son sólo puntos de mejora, ya que el evento performa muy bien en términos generales.

Bullets Finales



- El Dakar 2012 fue transmitido por los canales de TV Pública y Fox Sports.
- El nivel de audiencia fue superior en TV Pública, a pesar de que sólo emitió ediciones los días sábados y domingos. En cambio, Fox Sports emitió 2 ediciones diarias de Lunes a Domingos.
- TV Pública, tuvo sus dos grandes picos en la largada del Dakar en Mar del Plata y en el final de la competencia, donde logró el rating más elevado con la transmisión de la llegada en vivo el domingo 15. Fox Sport tuvo un 70% más de rating en las ediciones de la noche en comparación con la tarde.
- La transmisión del Rally Dakar no estuvo entre los programas de TV Cable más vistos en la primer quincena de 2012. En cambio, sí estuvo en el top 5 de programas más vistos de la señal (Fox Sports). El ranking de TV Cable de dicha quincena estuvo encabezado claramente por los encuentros de fútbol veraniego, también transmitidos en Fox Sports.
- En cuanto al perfil de audiencia de Fox Sports, se centró en un público Masculino de un NSE Medio y Bajo de 55 años en adelante, mientras que TV Pública maneja un Target de ambos sexos dentro de un NSE Bajo y el rango también mayor a los 55 años.
- En cuanto al Rally como marca, El Rally Dakar suma a la pasión nacional por el automovilismo toda la espectacularidad de un evento mundialmente famoso y con una gran exposición televisiva. Es por esto que presenta una pirámide de salud muy fuerte solo superada por el Campeonato local del fútbol y el ATP tour de Tenis. Como puntos negativos, aún resulta algo ajeno al público y por esto no lo sienten tan cercano o importante

MUCHAS GRACIAS

