

ZIMAT >



**PROMOCIÓN DEL DEPORTE COMO
MEDIO SOCIAL INTEGRADOR Y
DE IMPACTO POSITIVO PARA
GENERACIONES FUTURAS**

CASO: Pericos de Puebla



Introducción	1
Contexto	2
Pericos Puebla	4
Desarrollo de la estrategia ZIMAT... ..	8
Resultados de la estrategia	12
Conclusiones	14

Introducción >

Cuando se habla de la **promoción del deporte**, es habitual perderse en sus dimensiones financieras y mediáticas: el costo del millonario traspaso de un jugador de un equipo a otro, las bravatas que intercambian dos boxeadores, el brillo de la riqueza y el prestigio que rodea a sus grandes profesionales.

Sin embargo, en este relato superficial, se olvida la esencia misma de lo que significa el deporte para la sociedad.

El valor del esfuerzo, de la dedicación y de la disciplina, y **esa forma en que el esfuerzo personal puede cambiar el destino personal y comunitario de manera positiva**, es un relato que nos inspira y mueve porque es real.

Los ejemplos abundan y todos nos aportan enseñanzas útiles y necesarias.

Cuando se busca cómo **promover el deporte**, hay que aprovechar ese relato, pues significa una sinergia entre las actividades deportivas y la cohesión social y el desarrollo personal, pues genera integración, educación y bienestar.

¿Qué casos a este respecto podemos encontrar que sirvan como aliciente para **la promoción del deporte en México**?

Vamos a hablarte del **caso de Pericos**, el equipo de béisbol con mayor tradición de Puebla, que pasó de la bancarrota a convertirse en un elemento esencial de la identidad comunitaria y de la integración social. Dentro y fuera de Puebla.

Puebla es un estado de grandes contrastes: en 2018 había observado un notable aumento de su renta per cápita en el primer trimestre (por encima del 8%) y de su crecimiento anual de 3,6%, aunque las **grandes desigualdades sociales y estructurales** se habían agudizado.

El desempleo, la inseguridad, la falta de infraestructuras y servicios en las zonas marginadas, sumaron a grandes poblaciones al empleo informal y la precariedad.

La situación social no se vio beneficiada por la contienda electoral del 2018, que significó un parón en las políticas sociales y la asistencia pública.

La muerte de la gobernadora electa, Martha Erika Alonso, en un accidente de aviación en diciembre del 2018 no mejoró las perspectivas en una sociedad polarizada y un proyecto público estancado.

Entre ese contexto, **la promoción del deporte** era una de las materias que vio una fuerte desinversión: el presupuesto del **INPODE** (Instituto poblano del Deporte) estuvo entre los seis más bajos de los institutos del deporte nacionales.

Esa falta de apoyo se reflejó en los resultados en competencias nacionales, en la reducción de las disciplinas en las que participaba el deporte poblano (que pasó de 22 en el 2012 a 15 en el 2018) y en el abandono de la infraestructura.

Entre estas instalaciones estratégicas para la promoción del deporte en México, se encontraban 5 canchas de béisbol.

Algo desalentador en todos los sentidos, pues Puebla **es uno de los estados que cultiva una de las mayores aficiones y cariño por el béisbol.**

Podemos decir que este deporte tiene un sentido fundacional para el estado: la presencia de regimientos del Norte del país llevó el béisbol al estado a principios del siglo pasado.



Entre los afectados por la situación económica y social en Puebla se encontraba el equipo que había representado a Puebla desde 1942 en el diamante del Béisbol: Pericos.

El antiguo **Club Chevrolet** cambió el color blanco de su uniforme por el verde, y su nombre por el de Pericos, ante cierta leyenda urbana que afirmaba que cada casa poblana tenía un ave de esa especie a su entrada. Una estrategia para vincularse con su comunidad.

Pericos tenía su sede en el Estadio Puebla, que también fue pintado de verde: ahí el equipo cumplió la primera etapa de su accidentada existencia, hasta que una derrota en la disputa del título nacional en 1948 hizo a su primer dueño, Delfino Pérez, a retirar al equipo de la actividad.

La década de los 50 marcó el regreso de Pericos a la actividad por todo alto, con la fundación del estadio Ignacio Zaragoza, con capacidad para 25,000 aficionados, y un convenio para entrenar con los Orioles de Baltimore en 1957. El equipo obtuvo su primer título dentro de la Liga Invernal Veracruzana en 1959.

En los sesenta hicieron su glorioso regreso a la Liga Mexicana de Beisbol, coronándose en 1963 en primer lugar del torneo con 80 juegos ganados y 52 perdidos.

Por desgracia, el equipo se mudó en 1969 a Yucatán, para desaparecer por un tiempo.

Pericos Puebla >

Regresaría a Puebla, pero bajo el nombre de Ángeles de Puebla.

Dispusieron de un nuevo estadio, el Hermanos Serdán, pero padecieron una trayectoria accidentada, cambios de dueños y de jugadores.

A pesar de ello, logró un segundo título nacional para Puebla.

Cesaron actividades, nuevamente, en 1987.



En 1993 regresarían a la actividad, recuperando el nombre de Pericos, para mudarse de nuevo en 1995, en esta ocasión a Quintana Roo.

No sería hasta el nuevo siglo cuando Puebla recuperase a los Pericos, pero el camino no fue fácil. En 2002 tuvo que enfrentar la creciente popularidad de un nuevo rival local, Tigres México, y una serie de malas campañas.

Hubo que esperar a 2009 cuando, bajo el mando del mánager Alfonso Jiménez y tras una reestructuración del equipo, Pericos finalizó la temporada regular ganando 14 de sus últimos 17 encuentros.

Fue el inicio de su periodo más glorioso.



En 2010 se comenzaron a consolidar pitchers como **Guadalupe Pérez, Andrés Meza y Omar Espinoza**. Pericos fue el mejor equipo de la campaña regular ese año. Su bateador Willis Otáñez obtuvo el mejor promedio de bateo de la LMB (.393). La escuadra logró, además, **el título de la Zona Sur** frente a los Guerrero de Oaxaca.

En 2012, una mala temporada, la salida de jugadores estrella y problemas financieros desataron los rumores de la venta del equipo. Un nuevo cuadro cubano no pudo levantar la ominosa marca de 10 derrotas consecutivas.

Sería hasta el 2013 cuando Pericos recuperaría el rumbo, y resultó el tercer mejor equipo de la zona norte con 58 ganados y 48 perdidos.

Por desgracia, la afición había comenzado a dejar de asistir al estadio Aquiles Serdán.

En 2014 hicieron una gran temporada, pero perdieron el campeonato frente a los Diablos. En 2015 hicieron una marca de 55 ganados contra 51 perdidos. En 2016 conseguirían **el título de la Zona Sur** frente a los Leones de Yucatán, gracias sobre todo a la labor del que resultase el Jugador Más Valioso, el lanzador australiano **Travis Blackley**.

En 2018, tras dos temporadas irregulares, pérdida de espectadores y un recrudecimiento de sus problemas financieros, la directiva anunció que el equipo se tomaba un año sabático.

Se trataba de una última medida para **evitar la venta del equipo** y dejar a Puebla sin equipo tras casi 20 años consecutivos. Un duro golpe para la promoción del deporte.

Desarrollo de la estrategia ZIMAT >

En diciembre de 2018, el consorcio constructor y promotor de infraestructuras **Grupo Mota-Engil México** adquirió al equipo de Beisbol Pericos de Puebla. Bajo la dirección del empresario **José Miguel Bejos**, la nueva administración se enfrentó al reto de reorganizar al equipo para la temporada 2019, en apenas unos meses.

Sin embargo, los nuevos dueños de Pericos dejaron claro que no se trataba solo de una adquisición comercial, sino de una muestra de cómo promover el deporte.

Su interés era hacer de Pericos **un agente de cambio social**: no se trataba solo de devolverle a Puebla el equipo de béisbol que se merecía.

Se trataba de devolver el amor a este juego a la comunidad y convertir esa pasión en un motivo de unidad, identidad y mejora social.



El primer paso fue realizar una fuerte inversión para mejorar las instalaciones del estadio Hermanos Serdán, en renovar el contrato del cuerpo técnico y de los jugadores, y en **mejorar la experiencia de las familias poblanas** al acudir al juego. Desde la compra de boleto hasta el traslado al estadio.

El segundo paso fue la creación de clínicas de beisbol que se impartirían a niños de las comunidades cercanas a la hidroeléctrica de Necaxa, para corresponder la intención del grupo de contribuir al **bienestar de los poblanos**, porque hay un compromiso especial con el Estado que es clave para las operaciones del Grupo Mota-Engil México.

El tercero fue crear una estrategia de comunicación que anunciase el regreso del equipo, su participación en la temporada 2019 y fortaleciese los vínculos de Pericos con su comunidad.

Es aquí donde entramos al juego.

Zimat Consultores es una de las empresas líderes en el mercado en el segmento de la consultoría en relaciones públicas. Contamos con 38 años de trayectoria y la colaboración de cerca de 180 expertos en distintas áreas de la comunicación.

Fuimos elegidos por Pericos para desarrollar **una estrategia de comunicación que aumentase la reputación del equipo y de la compañía a su mando.**

Nuestro objetivo general era generar un vínculo a largo plazo con la comunidad para fortalecer a Grupo Mota-Engil México a partir del compromiso que había establecido con la promoción del deporte y con un equipo esencial para la identidad poblana.

¿Cómo lo conseguimos?

A través de cuatro acciones concretas:

1. Estableciendo una sólida relación a largo plazo con los medios locales, y construyendo un vínculo con medios de comunicación nacionales.
2. Atrayendo nuevos aficionados y rescatando la pasión por el equipo.
3. Comunicando de manera eficiente el compromiso de la nueva directiva del equipo con la promoción del deporte en Puebla
4. Alcanzado a nuevos públicos a través de organizaciones de la sociedad civil y con acciones de responsabilidad social.

El primer mensaje que transmitimos, a través de diversos medios, fue la voluntad del equipo por participar en la temporada 2019, dando certeza sobre la permanencia de entrenadores y jugadores al público. Entonces nos enfocamos en recordar a la comunidad poblana en el valor identitario y de unidad social de Pericos.

Desarrollo de la estrategia ZIMAT >

Construimos una narrativa que resaltaba su historia y tradición para recuperar su papel como catalizador de la promoción del deporte y de sus valores.

También recuperamos el valor del estadio Hermanos Serdán como un sitio para el disfrute de todos los públicos de todas las edades a través de un repaso de su historia.



Para añadir valor a la marca de Pericos realizamos un acuerdo con la Plataforma Fuerza Migrante, que busca empoderar a los migrantes mexicanos y latinos que residen en los Estados Unidos a través de la educación.

Juntos desarrollamos la iniciativa *"The American Dream in Reverse"*, que ofrece a jugadores de la comunidad hispana venir a jugar con el equipo. De modo que se resalta el compromiso con el cambio social que Pericos mantiene.

Resultados de la estrategia >

Desde el inicio de 2019, los esfuerzos del equipo de Zimat se han traducido en una serie de acciones:

1. Implementamos la narrativa de que Pericos es una leyenda en el béisbol, el equipo más antiguo y con mayor tradición en Puebla.
2. Amplificamos su influencia y prestigio con los mexicanos alrededor del mundo.
3. Organizamos más de 55 entrevistas previas a la temporada con prensa nacional y local de diferentes fuentes: deportes, negocios, estilo de vida e información general, demostrando la relevancia social del equipo más allá del béisbol.
4. Celebramos 11 eventos clave en los medios durante la temporada, acción que resultó en más de 1,228 clips de medios positivos publicados en medios de comunicación locales y nacionales.
5. Sostuvimos 15 encuentros con líderes de opinión, con la asistencia de 476,409,646 personas y con la acreditación de más de 90 nacionales y medios locales.
6. Enviamos kits y merchandising a líderes de opinión.
7. Celebramos eventos en el estadio Hermanos Serdán.

Resultados de la estrategia >

Conseguimos, con estas acciones, un alcance de 1,196,072,576 personas a través de 1,923 piezas mediáticas.

El resultado ha sido relanzar a Pericos como un baluarte de la promoción del deporte en México, a la par de expandir su influencia como una parte de la identidad poblana y un agente activo en el cambio social, a través de acciones a favor de los migrantes.



El beisbol es un deporte con casi un siglo de tradición en Puebla. Su equipo más antiguo y más amado, Pericos, vive un proceso de relanzamiento tras una serie de crisis de desempeño y financiera.

Zimat ha tomado en sus manos el proceso de recuperar su vínculo con la comunidad a partir de recuperar su historia y tradición, y demostrar su valía como agente de cambio social, dentro y fuera de Puebla.

El resultado no sólo será una nueva imagen para el equipo: aspiramos a que el estadio Hermanos Serdán se convierta en un sitio de referencia, en donde las familias pueden acudir a disfrutar y en donde tienen lugar nuevas historias sobre los beneficios del deporte.

En Zimat somos expertos en añadir valor a organizaciones y marcas con una perspectiva social. Hacemos comunicación total: entendemos tus necesidades, planeamos los mensajes indicamos, actuamos con total dedicación y medimos logros.

Ponte en contacto con nosotros para que averigües todo lo que podemos hacer por ti.

ZIMAT >

