

- Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:  
Categoría 14.2 Campaña de Influencers

-Título del programa:  
Lanzamiento de la serie POSE de FOX en Chile

-Nombre de la compañía o institución:  
MG Consulting

-Departamento:  
Consultoría de Influencer Marketing

-Persona/s responsable/s del plan de comunicación:  
- Valentina Silva, Directora de Influencers & Advocacy  
- Gabriela Ospino, Consultora de cuentas Influencers & Advocacy

## **FOX**

### **Campaña de Influencers**

#### **Introducción:**

MG Consulting fue contactado por Fox Chile con la necesidad de hacer una exhibición del primer capítulo de la nueva serie POSE, que buscaba ser el programa de televisión más inclusivo de la historia. POSE, es la primera serie en tener un elenco transexual y estar subtitulada con lenguaje inclusivo para destacar la neutralidad en grupos de individuos de ambos sexos. Siendo pionero en esto, busca llegar a distintos públicos con un mensaje de inclusión, diversidad y aceptación, de esta manera, también apunta a cambiar la forma de comunicación. No se tratará de ellas o ellos, sino de todes. Su foco está puesto en inspirar sobre la aceptación personal, familiar y social del colectivo LGBTQ.

La temática y reflejo de inclusión de la serie entregaba una gran oportunidad comunicacional de acuerdo al contexto social que se vivía en Chile, donde sólo una semana antes del lanzamiento el Senado chileno aprobó el proyecto de ley de identidad de género. Este hecho fue un hito para la comunidad LGBTQI+ de Chile, un logro después de 5 años de negociación con el gobierno, donde finalmente sus derechos estaban siendo reconocidos y se generaba un cambio en la sociedad, de integración, de igualdad. Considerando esto, nuestra propuesta para FOX tomó un giro y quisimos presentar una instancia de celebración de estos cambios y que también marcara un hito en cómo las marcas se vinculaba con la comunidad.

#### **Estrategia y tácticas:**

El principal objetivo que FOX nos planteó era generar awareness y engagement a través del mensaje de la inclusión y diversidad. Debido al limitado presupuesto que tenía la marca, la solicitud inicial consideraba realizar un screening en las oficinas de FOX para 15 microinfluenciadores ligados a cine y espectáculo, los cuales subieran stories en sus redes sociales dando a conocer la serie. Si bien el presupuesto era un factor determinante, realizamos una propuesta más potente que incluía generar cobranding para minimizar costos, lo cual permitió alcanzar un mayor impacto y gran visibilidad.

Contábamos con un presupuesto limitado de 10,900 dólares (\$7.411.606 CLP), pero queríamos generar un evento nunca antes visto entendiendo el impacto social que esto podía generar. Considerando esto, a través del cobranding vimos la oportunidad de realizar alianzas con marcas cuyos valores estuvieran alineados con la temática de la serie (inclusión) y que nos permitieran reducir los costos al mínimo, pero al mismo tiempo elevar la vara para generar algo impactante sin que el presupuesto fuera un problema. Para esto contactamos a uno de los hoteles más importantes de la cadena Marriot en Chile, Renaissance Santiago Hotel, quienes contribuyeron con la locación, cocktail, bar abierto, mobiliario para el screening, personal (bartenders, garzones, dj) e incluso intervinieron la fachada del hotel tiñendo con luces rosadas todo el frontis durante esa noche en honor a la comunidad LGBTQI+ y la serie. FOX utilizó su presupuesto en decorar el lugar, desde los ascensores hasta el salón donde se realizaría el screening y fiesta, logrando que cada rincón se convirtiera un espacio de celebración alineado a espíritu de la serie, donde "Todes Podemos Posar". Además, la marca sumó un presupuesto adicional de 1.811 dólares (\$1.231.650 CLP) para pagarle a 5 celebridades con gran alcance que asistieran y subieran contenido durante el evento para amplificarlo aún más. Adicional a Marriot, también se sumó la renombrada marca de maquillaje Inglot, quien se hizo presente con dos estaciones de maquillaje donde sus maquilladores atendían a los

asistentes que buscaban agregar un toque extra a sus looks, además de regalar labiales a cada persona al finalizar la noche. Así es como el recién remodelado skybar del hotel se vistió de extravagancia para el screening del primer capítulo de la serie POSE y luego dio paso a la fiesta de celebración recibiendo a más de 100 invitados, que incluían celebridades, influenciadores potentes, líderes de opinión de la comunidad, voguers y microinfluenciadores.

Más que un evento de marca, se planteó como un espacio de celebración para la comunidad LGBTQI+, donde FOX los invitaba a fueran los protagonistas de esa noche y que se tomaran el lugar, no como invitados, sino como anfitriones. La gran presentadora de la noche fue Hellenia Melan, la primera modelo trans en la industria chilena. A través de un discurso sobre inclusión, derechos y celebración, dio la bienvenida a los asistentes y presentó el primer capítulo de la serie. Al finalizar el screening, las luces se apagaron y se realizó una presentación de voguing con todos los integrantes de la primera casa de voguing de Chile, "House of Keller". A medida que la noche fue avanzando, todos los asistentes participaron del catwalk y mostraron sus mejores pasos.

Contamos con la presencia de 93 influenciadores, entre los que estaban los KOL's más relevantes de la comunidad LGBTQI+, como Luis Larraín (presidente de la fundación Iguales Chile), Neptune Keller (creadora de la primera casa de voguing en Chile), los principales Drag Queens de la industria chilena y ex participantes del programa de televisión "The Switch", Antonia Larraín (Representante movimiento Body positive y modelo Plus Size). Además, estuvieron presentes celebridades como Steffi Méndez, Daniela Castro (ganadora de MasterChef y lifestyle influencer), Javiera Acevedo (actriz y presentadora de televisión), Alejandra Valle (periodista y presentadora), Valentina Caballero (lifestyle influencer y youtuber), David Montoya (Make-Up youtuber y drag).

#### **Evaluación: Éxitos, resultados o ROI:**

En términos demográficos, el territorio chileno tiene aproximadamente 17.948.141 habitantes, un total equivalente al 9% de la población de Brasil (207.847.528 habitantes). Del total de habitantes chilenos, aproximadamente el 38% de ellos viven en la ciudad de Santiago.

Considerando estos datos demográficos de Chile, el panorama de los influencers chilenos y el presupuesto, los resultados finales del lanzamiento de POSE en Santiago fue considerado un éxito por FOX, siendo incluso enviados por la marca como "caso de éxito" a sus oficinas regionales.

Los resultados finales nos dieron un Ad Value de 173.456 dólares (\$117.950.000 CLP), 778 publicaciones en menos de una semana (posts y stories en Instagram), 94.739 interacciones y 3.722.935 de alcance, lo que se traduce en un ROI de 15x.