



## Caso Mujeres poderosas e inspiradoras: Primer Campeonato Femenino de fútbol con naming y copa propia en Chile

Premios Eikon Categoría: 9.2 Patrocinio o sponsoring deportivo

Campaña: Mujeres poderosas e inspiradoras: Primer Campeonato Femenino de fútbol con naming y copa propia en Chile

Marca: Caja Los Andes y ANFP

Departamento: Marketing

Persona/s responsable/s del plan de comunicación: Rafael Lipari, Ronnie Muñoz, Melissa Araya

## 1. Introducción (planteo y diagnóstico)

### Problemática principal:

Históricamente las mujeres han luchado por promover la equidad de participación en diversos espacios en la sociedad desde el voto, estudiar, trabajar, etc. Este último tiempo, la manera en la que la sociedad ve y se hace parte de las cosas ha evolucionado a pasos agigantados su rol desde la colaboración y la empatía, los cuales son pilares importantísimos a considerar especialmente cuando hablamos de romper la brecha de oportunidades y roles entre hombres y mujeres. Pero aún queda mucho por hacer.

En este caso abordaremos el fútbol femenino en Chile.

### Desafíos e ilusiones del fútbol femenino

Entre el 2010 y el 2020 hubo un aumento del 10,7% de la población femenina en Chile, pero así como han aumentado la población ha aumentado su interés en el fútbol.

Así lo señala un estudio realizado por Adimark, donde el 72% de los chilenos declara que les gusta el fútbol, teniendo la declaración de interés femenino de un 59% en este deporte.

El fútbol femenino en Chile aún está en desarrollo, y mientras tanto siempre está rondando un concepto: la profesionalización, intenciones de progreso por parte de algunos clubes y los retos que las jugadoras deben enfrentar.

Se está creando un camino para lograr tener visibilidad en los medios y así acercarse al público para generar interés y así visitas a los estadios, ventas de entradas, y así poder generar recursos para poder llevar adelante los campeonatos y el desarrollo profesional de las jugadoras

En esa línea, en el 2019 no se tenían cifras alentadoras. Por ejemplo, en un reporte de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) acerca de la situación de las ligas nacionales de fútbol femenino en todo el mundo. Respecto a Chile, se reveló que el año 2019 en promedio se tuvo una asistencia de 100 personas a cada partido, siendo el más bajo de Latinoamérica.

Ese mismo año las jugadoras de los equipos de primera y segunda división del fútbol femenino (520 en total) fueron parte de la primera "Radiografía del fútbol femenino en Chile", un estudio de la ANJUFF y el Observatorio de Gestión de Personas de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile dio a conocer que **solo el 10% de las jugadoras se dedica por completo al fútbol; mientras que un 43,3% juega y estudia; un 27,9% juega y trabaja; y un 18,5% juega, trabaja y estudia a la vez.** Además, se dio a conocer la realidad contractual de las jugadoras con las instituciones a las que representan, siendo solo un 4,4% de las jugadoras las que tienen un contrato laboral.

Entonces... ¡**Debe patrocinarse el campeonato para impulsar el fútbol femenino!**



### Nuestra contribución a esta problemática

Caja Los Andes se puso la camiseta por las mujeres, como un reflejo de su compromiso con la equidad de género. De esta forma, debutó en 2021 como la primera Caja de Compensación en ser parte de este torneo.

Pero esto no es una acción aislada, en el 2020 se adhirió a ONU Mujeres a través de su programa Win Win, que tiene como principios base el empoderamiento femenino. Además en 2021 el 61,9% de la dotación total son mujeres y el 47,9% de las mujeres se desempeñaron en cargos de liderazgo.

Es un orgullo poder ser parte del Campeonato y apoyar este semillero de talento nacional que se traduzca en futuros triunfos a nivel internacional a nivel de clubes y selección.

**Por primera vez en su historia, el Campeonato Femenino de Fútbol de Primera División tuvo nombre oficial en el 2021**, lo que da cuenta del compromiso adquirido con el deporte y también es reflejo del profesionalismo en ascenso de esta disciplina a nivel nacional en los últimos años.

El apoyo de Caja Los Andes al fútbol femenino es una oportunidad para generar espacios para inspirar, donde muchas mujeres talentosas y decididas que aman el deporte han demostrado con sus triunfos que nada es imposible.

**La Primera División de fútbol femenino de Chile conocida como Campeonato Nacional de la Primera División de Fútbol Femenino-Caja Los Andes es la máxima categoría del fútbol femenino profesional en Chile.** La liga es organizada por la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP), perteneciente a la Federación de Fútbol de Chile.

En este torneo del fútbol femenino participan equipos asociados a la ANFP, y actualmente está integrada por 16 clubes.

El primer campeonato oficial de fútbol femenino en Chile comenzó el 10 de mayo de 2008, y es primera vez que una empresa se compromete de esta forma.

**Esta contribución de Caja Los Andes se traduce en un auspicio por \$100.000.000, lo cual considera:**

- a) Naming Right Auspiciador del Campeonato Profesional de Fútbol Femenino**
- b) Partner Oficial del Campeonato Profesional de Fútbol de Primera División**
- c) Sponsor Gold Copa Chile, durante la Temporada 2021

## **2. Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)**

### **Objetivos**

1. Generar mayor interés por el fútbol femenino
2. Lograr 5000 asistentes a la final del Campeonato Femenino como reflejo del trabajo realizado durante el campeonato
3. Posicionar a Caja Los Andes como una marca que apoya el fútbol femenino
4. Aumentar las visitas en la web y redes sociales del campeonato femenino.

### **Periodo de tiempo**

Desde abril a diciembre 2021

### **Público objetivo y mensaje a transmitir**

El foco es la masividad por lo cual las comunicaciones son transversales, donde invitamos a las personas en general a apoyar el fútbol femenino.

### **Canales ANFP**

Web  
Redes sociales: facebook e instagram  
Gestión de prensa  
Direct TV  
Estadios (elementos gráficos del campeonato)

### **Canales Caja Los Andes**

Web pública  
Redes sociales: facebook, instagram y LinkedIn  
Revista SoyAndes  
Compromiso Caja (Sección en web de Caja)  
Youtube  
Gestión orgánica de prensa

### **Canales y planes de medios pagados de Caja Los Andes**

Emol Social  
Cuerpo I  
Inversión plan de medios digital y prensa

## **3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)**

Estrategia comunicacional

El propósito era claro: aumentar la visibilidad de las jugadoras y del campeonato para generar mayor participación e interés de parte del público que les gusta el fútbol. Incluso de las personas que no lo siguen lograr interés en impulsar el apoyo a las mujeres para que se desarrollen en la disciplina que deseen por medio de la equidad de género.

Se definieron hitos de comunicación:

1. Lanzamiento del campeonato
2. Comunicación post lanzamiento del campeonato
3. Convocatoria a seguir los partidos y su final

Bajo este orden, se generó un plan de medios pagado y orgánico el cual explicaremos a continuación:



#### **1. Lanzamiento del campeonato**

Se generó un plan de medios que contemplaba prensa y digital para cubrir una transmisión en línea de etapa teaser y etapa lanzamiento virtual junto a ANFP transmitiendo por Facebook y Emol digital.

Para lo cual se hizo una inversión en prensa y digital:

## Communication 2021

### Comunicación ANFP

*Initiative*

v2

29/04/2021

Caja Los Andes

Medio	ABRIL					MAYO					INVERSIÓN	%				
	26	27	28	29	30	01	02	03	04	05			06	07	08	09
PRENSA								x							\$ 3,000,000	54%
DIGITAL			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			\$ 2,600,000	46%
<b>TOTAL MEDIOS</b>												<b>\$ 5,600,000</b>	<b>46%</b>			
<b>IVA 19%</b>												<b>\$ 1,064,000</b>				
<b>TOTAL + IVA</b>												<b>\$ 6,664,000</b>				

El jueves 29 de abril se realizó vía streaming por facebook Caja Los Andes y CampeonatoCHI de ANFP.



Por facebook tuvimos:  
4,7 mil reproducciones  
61 comentarios  
68 interacciones

Tuvimos una retransmisión a las 14:00 hrs por medio de La Tercera apareciendo en el banner, el cual se mantenía al hacer scroll donde se impulsó comunicación para:

Sección	Formato	Tipo de compra	Métricas Estimadas
Home El Deportivo	Streaming 300x250 A	<b>Auspicio</b>	<b>Impresiones 57.000</b>
FB El Deportivo	Streaming post RRSS		<b>Impresiones 10.000</b>
TW El Deportivo	Post RRSS		<b>Impresiones 15.000</b>
El Deportivo	Publi Nota periodística		<b>2.100 Visitas</b>
El Deportivo	Post RRSS		<b>10.000 Visitas</b>

La cual se puede revivir en este link:

<https://www.latercera.com/laboratoriodecontenidos/noticia/revive-el-lanzamiento-del-campeonato-femenino-caja-los-andes-2021-de-primera-division/OUUGBLIVAJDHDKEUOIEJOQRFNQ/>

Lo que nos permitió tener visibilización en el buscador de google durante esos días al aparecer en distintos medios de deporte:

**La Pelota es Mía**  
**Fernández Vial Femenino contará con refuerzo con ...**  
 ... Campeonato de Primera División Caja Los Andes 2021. Fernández Vial continúa reforzándose de cara al inicio del Campeonato Femenino, ...  
 hace 1 día

**La Tercera**  
**Revive el lanzamiento del Campeonato Femenino Caja Los ...**  
 ...  
 Por primera vez en su historia, el Campeonato Femenino de Fútbol de Primera División tendrá nombre oficial este 2021 y Caja Los Andes es ...  
 hace 1 hora

**El Periódista**  
**Campeonato Femenino de Primera División 2021 se iniciará ...**  
 ...  
 El fútbol femenino regresa. El Campeonato de Primera División Caja Los Andes 2021 se iniciará el 1º de mayo. Así quedó determinado luego ...  
 Hace 1 semana

**La Pelota es Mía**  
**Fernández Vial visitará Valparaíso en su debut en el ...**  
 ...  
 Fernández Vial visitará Valparaíso en su debut en el Campeonato Femenino Caja Los Andes. Las Inmortales se trasladarán hasta Valparaíso ...  
 hace 7 horas

**RedGel**  
**Carla Guerrero es la flamante nueva capitana de Universidad de Chile para la Temporada 2021**  
 ...  
 ... de Universidad de Chile en la Copa Libertadores Femenina que se ... en la primera fecha del Campeonato Femenino Caja Los Andes ...  
 hace 1 día

**La Pelota es Mía**  
**Universidad de Concepción Femenino buscará iniciar el ...**  
 ...  
 Este fin de semana se dará el puntapié inicial del Campeonato de Primera División Caja Los Andes 2021 y las del "Campanil" se trasladarán ...  
 hace 7 horas

**La Pelota es Mía**  
**¡Hay fecha y formato para el regreso del Fútbol Femenino!**  
 ...  
 El Campeonato de Primera División Caja Los Andes 2021 se iniciará ... la tabla de posiciones del Campeonato Femenino de Transición 2020, ...  
 Hace 2 semanas

**AIReLibre.cl**  
**Capitanas del fútbol chileno anticiparon el inicio del Campeonato Femenino**  
 ...  
 ... del fútbol chileno anticiparon el inicio del Campeonato Femenino ... Constanza Minoletti, el gerente de Marketing de Caja Los Andes, Rafael ...  
 hace 1 día

A nivel de prensa tuvimos presencia en La Tercera, LUN y El Mercurio para llegar a diversos públicos:



Por otra parte el mismo jueves 29 de abril aparecimos en **emol social en nuestro blog para contar de esta nueva noticia alcanzando a 3.215 personas**. La cual pueden revisar en: <https://comentarista.emol.com/2266104/17055479/Caja-Los-Andes.html>

## 2. Comunicación post lanzamiento del campeonato

Se tuvo un trabajo constante en redes sociales **destacándose como uno de los contenidos más vistos en nuestras plataformas de redes sociales** con diversas gráficas y mensajes que invitan a seguir el campeonato e informarse sobre los 16 equipos que participarán.



## Webinar “La inclusión femenina desde el mundo del deporte - ANFP”



Con 1418 espectadores apróx., con 53 interacciones con el público, donde las futbolistas pudieron hablar sobre cómo es desarrollar su talento en Chile y los desafíos que tenemos todos para apoyarlas.

### 3. Convocatoria a seguir los partidos

Se tuvo foco en un acompañamiento constante al campeonato dándole visibilidad a los partidos etiquetando a los clubes y a ANFP para generar tráfico.

Además de llegar de forma masiva por Instagram y Facebook se comunicó en LinkedIn para inspirar a que otras empresas apoyen al deporte y a las mujeres en instancias como estas de formación y desarrollo profesional de futbolistas como por ejemplo en este post:



"Estamos comprometidos con el deporte y la igualdad de género. Por eso, este año ¡Somos la Caja del fútbol femenino!  
¿Cómo?, somos el sponsor oficial del Campeonato femenino de primera división, donde 16 grandes equipos buscan consagrarse ganadores de la gran copa. Es un honor poder abrir espacios para inspirar a quienes hoy tienen el sueño de convertirse en futuras futbolistas.  
¡Sigamos viviendo juntos la pasión de cada partido!"

**Dentro del proceso decidimos registrar la frase “Somos la Caja del fútbol femenino”** como un reflejo de nuestro compromiso con este

auspicio y mucho más allá: por esta causa. La Directora del Instituto Nacional de Propiedad Industrial aceptó a registro la solicitud de marca en referencia, con fecha 11 de noviembre de 2021.

### Transmisión de los partidos en Directv y Canal 13



Este punto lo podemos contar en cifras:

**16** equipos

**19** fechas

**126** partidos, **17** transmisiones

#### 4) Resultados y evaluación Identificación, análisis y cuantificación de los resultados.

**Objetivo 1:** Generar mayor interés por el fútbol femenino

Estudios sustentan el declarar que se generó un mayor interés durante el 2021 respecto al fútbol femenino.

Según GFK Adimark, en un estudio con un GSE representativo de la población, el **81% cree que el fútbol femenino y el masculino deberían recibir el mismo nivel de atención** por parte de las autoridades, la prensa y la opinión pública.

Además el **77% cree que el fútbol es un deporte para el cual tanto hombres como mujeres** tienen las mismas aptitudes.



Y una cifra muy relevante: el **73% cree que la selección chilena de fútbol femenino actualmente tiene un mejor desempeño que la selección chilena de fútbol masculino.**

Lo cual se confirma con el aumento del interés por el deporte en Chile con la vuelta del fútbol local y Tokio 2021.

**Objetivo 2:** Lograr 5000 asistentes a la final del Campeonato Femenino como reflejo del trabajo realizado durante el campeonato

El 8 de diciembre de 2021 se desarrolló la final del Campeonato Femenino en el Estadio Santa Laura en Santiago con una transmisión en conjunto de Canal 13 y DirectTV.

La final fue entre Santiago Morning y Universidad de Chile, luego de los 90 minutos de juego Universidad de Chile se coronó como las ganadoras del Campeonato con un 2-0.

¡En un estadio con 9000 asistentes!, logrando +80% de lo esperado!

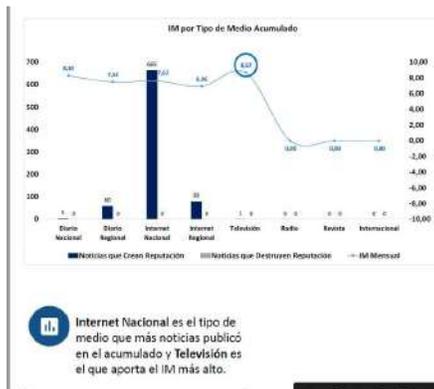


**Si lo pudieramos explicar de una forma infográfica diríamos que ¡Llenamos 9,5 estadios nacionales! Utilizando la primera copia única del Campeonato Femenino**



Y eso no es todo, a nivel de rating en **C13 se logró el rating más alto de una final de Campeonato femenino con 3,8 ptos.**

**Objetivo 3:** Posicionar a Caja Los Andes como una marca que apoya el fútbol femenino



**NOTICIAS ANALIZADAS**  
**811**

**NOTICIAS QUE CREAN REPUTACIÓN**  
**811**

**NOTICIAS QUE DESTRUYEN REPUTACIÓN**  
**0**

**ESCALA DE REPUTACIÓN**  
**"EMPRESA CON BUENA REPUTACIÓN"**

IMTrack, empresa que mide riesgo reputacional de Caja Los Andes a través de publicaciones en diferentes medios de comunicación, nos da a conocer que logramos 811 noticias que crean reputación y ninguna con malos comentarios destacándose principalmente publicaciones en internet nacional y TV con el mejor resultado.

**Objetivo 4:** Aumentar las visitas en la web y redes sociales del campeonato femenino. Para abordar este punto uno de los mayores logros es el **retorno digital**:



Impulsando el hashtag #FemeninoCajaLosAndes en el periodo mayo - diciembre 2021, en Instagram, Facebook, Twitter y YouTube logra visibilidad y uso en las interacciones en redes sociales. **Considerando la valorización total por un monto de \$58.173 USD del engagement e impresiones con una inversión de \$0.**

	SEGUIDORES	
	30-abr-21	11-may-22
Twitter	4.785	12.354
Facebook	427.156	422.878
Instagram	173.826	201.218
Youtube	152	2.870

**Always On:** podemos ver en redes sociales que aumentaron de forma significativa llegando a los **201.218 seguidores en Instagram y 422.878 en Facebook.** **Hubo una baja de seguidores en Facebook a nivel general por lo cual lo asociamos a ese fenómeno de migración a Instagram principalmente.**

Evolución de las visitas en la página web del Campeonato femenino:

VISITAS WEB CAMPEONATO CHILENO	
abr-21	abr-22
748.283	3.414.009



**En un año se logró un aumento del 456% en las visitas a la página web del campeonato femenino gracias al apoyo en el campeonato.** Es bueno reforzar que el campeonato se realiza desde el 2013 pero es primera vez en la historia del fútbol chileno femenino tiene como naming una marca que las apoya y las respalda, siempre con el propósito de su crecimiento y desarrollo profesional.

**Lo cual vemos que se mantiene en el tiempo, por ejemplo en las cifras de marzo 2022:**

**Visitas último mes: 6.500.000**

**Usuarios únicos últimos mes: 660.0000**

Promedio usuarios diarios: 22.000

Tiempo de permanencia: 3,26 min

Secciones más visitadas:

1. Resultados
2. Tabla de posiciones

### **Qué se viene**

Este 2022 seguiremos impulsando el fútbol femenino comprometidos con dar visibilidad y apoyo a las jugadoras con miras a la final. Este año las personas le pondrán el nombre a la Copa del Campeonato.  
#FemeninoCajaLosAndes