

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Copa Pioneras

Autor/es:

Ameijeiras, María Belén – LU: 1123762

Kanneman, Yasmin Morena – LU:1124914

Ovando, Violeta – LU:1123777

Carrera:

Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento

Tutor:

Berstein, Brenda Sabina – Garcia Liste, Facundo Hernan –

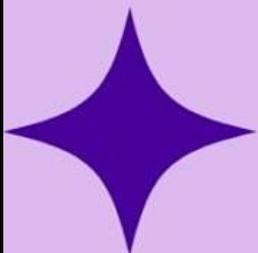
Vidart, Alejo

Año: 2023



COPA PIONERAS

2024



TRABAJO FINAL INTEGRADOR

COPA PIONERAS 2024

ALUMNAS:

- Ameijeiras María Belén (LU 1123762)
- Kanneman Yasmin (LU 1124914)
- Ovando Violeta (LU 1123777)

PROFESORES:

- Berstein Brenda Sabrina
- Vidart Alejo

2023



AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer principalmente a nuestras familias, que, aunque estén cerca o lejos fueron el sostén y la dosis de motivación continua en todos estos meses. Gracias por darnos la posibilidad de elegir lo que nos hace felices y por enseñarnos a soñar en grande.

A nuestros amigos de siempre, por escuchar las ideas y nuestros miedos y apoyarnos en cada decisión con un buen consejo.

A los amigos que nos dio la facultad en todos estos años, por ser la compañía y el refugio necesario que elegimos todos los días para seguir compartiendo momentos inolvidables.

A los profesores y profesoras: Brenda Berstein, Alejo Vidart, Noelia López, Alejandro Silvestri, Facundo García Liste, Pedro Freire y Juan Franchini; por ser grandes profesionales y acompañarnos todo este tiempo, gracias por compartir sus valores y por las enseñanzas, los recordaremos siempre.

A nuestras mascotas, por ser grandes compañeros en noches largas.

A la generación de mujeres argentinas que defendieron sus intereses y pusieron al fútbol como bandera, y al grupo de las Pioneras por forjar la historia que hoy se sigue escribiendo.

Y, por último, agradecer al Club Atlético Quiroga y a la división de fútbol femenino, las queridas caudillas, por ser el motor de inspiración para esta idea.

MUCHAS GRACIAS
COPA PIONERAS

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN EJECUTIVO.....	5
¿POR QUÉ COPA PIONERAS?.....	7
¿QUIÉNES SOMOS?.....	7
NUESTRA MISIÓN	8
DEFINICIÓN DE NEGOCIO	8
DESARROLLO DEL TORNEO.....	8
ÁREAS DE JUEGO.....	10
CRONOGRAMA.....	10
PLAN DE OPERACIONES	11
EXPERIENCIA DE LAS USUARIAS.....	11
EQUIPOS POR JUGAR.....	11
¿CÓMO LO HACE?	12
ESPECTADORES	12
PRIMERA CATEGORÍA: TELEVISIÓN.....	12
SEGUNDA CATEGORÍA: STREAMING	12
ACUERDO.....	13
PREPRODUCCIÓN.....	13
PRODUCCIÓN	13
EXPLOTACIÓN.....	13
CIERRE	14
MERCADO (Y SUS TIPOS).....	14
MERCADO TOTAL	14
DISTRITOS.....	14
MERCADO POTENCIAL.....	15
MERCADO META – TARGET	16
MERCADO CONQUISTADO – REAL - EFECTIVO.....	16
ANTECEDENTES (Y UN POCO DE HISTORIA)	17
5 FUERZAS DE PORTER	18
1) ENTRANTES POTENCIALES - AMENAZAS DE ENTRADA.....	18
2) SUSTITUTOS - AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	19
ESPECTADORES	19
3) PROVEEDORES - PODER DE NEGOCIACIÓN	19

4) COMPRADORES - PODER DE NEGOCIACIÓN.....	20
5) RIVALIDAD COMPETITIVA.....	20
COMPETENCIA.....	20
1. SEGMENTO DE CLIENTE.....	22
2. PROPUESTA DE VALOR.....	23
3. CANALES.....	23
4. RELACIONES CON EL CLIENTE.....	24
5. FUENTE DE INGRESO	24
6. RECURSOS CLAVES.....	24
7. ACTIVIDADES CLAVES.....	24
8. SOCIOS CLAVES	25
9. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	25
ALGUNOS PUNTOS DÉBILES.....	25
PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	27
LISTADO DE COSTOS.....	27
FUENTES DE INGRESO	28
PROYECCIÓN DE VENTA	28
VAN – TIR - PAYBACK.....	28
PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	29
VIOLETA OVANDO - PRESIDENTA	29
YASMÍN KANNEMAN - VICEPRESIDENTA.....	29
MARÍA BELÉN AMEIJERAS - TESORERA.....	29
ORGANIGRAMA.....	30
PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING.....	31
OBJETIVOS.....	31
MEDIOS DIGITALES.....	31
SITIO WEB DE COPA PIONERAS	32
REDES SOCIALES.....	32
MEDIOS TRADICIONALES.....	32
SPONSORS.....	33
COSTUMER JOURNEY- JUGADORA.....	33
CALENDARIO.....	35
BIBLIOGRAFÍA.....	37

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de esta tesis aporta una perspectiva integral sobre el fútbol femenino en la provincia de Buenos Aires, y pretende abordar información concreta sobre las transformaciones y los desafíos que esta idea propone.

El conocimiento y el trabajo generado a partir de esta investigación invita a impulsar el cambio y el desarrollo del fútbol femenino a nivel local y regional. Desde la Asociación Argentina de Fútbol Femenino creemos que la creación de este torneo va a traer una serie de beneficios significativos, tanto para las jugadoras y la disciplina deportiva en general, como también para la diversificación geográfica que genera el desarrollo del torneo en cada municipio de la provincia. Queremos ayudar a derribar las barreras que se imponen en base a desigualdad de condiciones y de inversión al deporte, la falta de oportunidades, la baja exposición, la carencia de instalaciones y de recursos de calidad.

La Copa Pioneras busca ser parte del cambio de la agenda del fútbol femenino en el país, que necesita de estas nuevas competencias para seguir creciendo, y para generar una mayor visibilidad y alcance en sectores geográficos donde las ocasiones tardan en llegar. En la provincia de Buenos Aires hay muchas niñas y mujeres que llevan al fútbol como bandera, y desde nuestro lugar buscamos potenciar ese talento y generar una ventana de oportunidades para que sigan creciendo.

Además, la posibilidad de que sus pueblos y ciudades sean un punto estratégico para potenciar el turismo local, y para mostrar que clubes que existen desde hace más de 100 años, deciden apostar por el fútbol femenino. La Copa Pioneras, además, busca tener una difusión en medios de comunicación tradicionales y también en redes sociales, que pueden impactar de forma significativa en materia de sponsors y patrocinios, que busquen un lugar en este deporte que está creciendo a pasos agigantados en el país y el mundo.



INTRODUCCIÓN

El fútbol femenino se ha beneficiado de la importante exposición global de los últimos años, y aunque ha tenido un crecimiento significativo, creemos que todavía hay cosas por hacer. Hoy podemos decir que hay una gran variedad de equipos alrededor de todo el país, que se comprometen a seguir luchando por lo que les apasiona. Incontables mujeres alrededor del mundo lucharon por años para que la disciplina llegue a tener el reconocimiento que se merece, y nosotras desde nuestro lugar, queremos aportar nuestra idea para que eso siga creciendo.

La idea principal es visibilizar el fútbol femenino en la Provincia de Buenos Aires, dónde hay muchos equipos de ciudades o pueblos que juegan de forma amateur y no tienen reconocimiento, más allá de su municipio. Por eso, creamos un torneo donde todas esas mujeres puedan ser partícipes de nuevas competencias, indispensables para que el juego siga creciendo, y para que todas las mujeres que lo deseen empiecen a tener una ventana de exposición a cualquier zona geográfica.

Tenemos conocimiento de las categorías existentes en el fútbol femenino de Argentina hoy en día, (podemos encontrar entre las más reconocidas Primera A, Primera B, Primera C) y de los campeonatos que se organizaron previamente. Nuestra idea es similar a la Copa Federal que se empezó a gestar en el año 2021, pero con la diferencia de que queremos promover equipos de fútbol once que jueguen en la categoría primera, de categoría amateur, y estén inscriptos a una liga en zona de la Provincia de Buenos Aires, únicamente.

Lo que nosotras buscamos es ofrecer un torneo de fútbol para aquellas mujeres que tienen la capacidad y el deseo de ser reconocidas en el ámbito deportivo y a su vez, de esta manera, tengan la oportunidad de poder desarrollarse como profesionales en este ámbito. Creemos que este torneo puede traer grandes cambios al fútbol femenino de Argentina, introduciendo una competencia que no existe hasta el día de hoy y potenciando a que más mujeres se sumen a practicar este deporte porque tienen los medios para llegar a soñar en grande.

De esta manera mejorar y ampliar las competencias en el fútbol femenino del país, para que la disciplina siga creciendo y no quede solamente en un sector o territorio específico. Sabemos que cada vez son más las mujeres que lo practican, pero son pocos los medios que deciden difundir los hechos. Apostamos por este torneo porque vemos el potencial que hay en cada mujer que decide ir a entrenar y ponerse la camiseta de su club para hacer lo que le apasiona, con ganas de dar lo mejor de sí misma y de competir, ahora no solo para que la vean 40 personas en un vivo de Facebook, sino para que las conozcan desde cualquier punto del país.

¿POR QUÉ COPA PIONERAS?

“Las pioneras” son un grupo de futbolistas de los años cincuenta, sesenta, setenta, ochenta y noventa. Una organización que reúne y homenajea a esas exjugadoras que fueron parte del comienzo en el fútbol femenino del país, pero que no están documentadas en la historia como se merecen. Muchas de ellas fallecieron sin ser reconocidas, otras pasaron años escondiendo su talento por vergüenza al qué dirán, y otras recuerdan poco.

Pero sí hay algo claro es que sentaron las bases de esta disciplina y contribuyeron a que hoy, muchas niñas y mujeres sean parte de este deporte que es único e inexplicable en su sentir. Las pioneras son el reflejo de años de lucha y de sueños inalcanzables que hoy empiezan a desdibujarse y a creerse posibles. Gracias a ellas, las mujeres que juegan al fútbol son conscientes de que tienen historia. Este es nuestro pequeño homenaje a todas aquellas pioneras, que representan para nuestra idea el comienzo de algo nuevo, algo que no tiene la visibilización correspondiente, y algo que va a empezar a descubrirse. Este es sólo el comienzo.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos AAFEM, una Asociación Argentina de Fútbol Femenino, que es una organización sin fines de lucro

Los cargos dentro de la asociación están repartidos entre:

En el siguiente documento evaluaremos los diferentes mercados, competencias, antecedentes e historia del fútbol femenino.



VIOLETA OVANDO
PRESIDENTA



YASMÍN KANNEMAN
VICEPRESIDENTA



MARÍA BELÉN AMEJEIRAS
TESORERA

NUESTRA VISIÓN

Será el primer torneo de fútbol femenino que se dispute en toda la provincia de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, creado por y para mujeres que practiquen la disciplina y quieran tener la visibilización que se merecen.

NUESTRA MISIÓN

Este torneo busca mejorar y ampliar las competencias de fútbol femenino en el país, para que la disciplina siga creciendo y no quede solamente en un sector o territorio específico. Sabemos que cada vez son más las mujeres que lo practican, pero son pocos los medios que deciden difundirlo.

DEFINICIÓN DE NEGOCIO

Con la Copa Pioneras no sólo buscamos que el fútbol femenino tenga nuevas competencias, sino también demostrar la inmensidad de talento y la infraestructura hecha para el fútbol que hay escondida alrededor de la provincia. La elección de los venues será decidida estratégicamente para mostrar clubes que cuentan con más de 100 años de antigüedad, que han soportado diversos cambios en las gestiones políticas, como también transformaciones sociales y económicas, pero que con el apoyo de su gente se han mantenido conforme al paso de los años y continúan creciendo.

La Copa Pioneras busca ser el nexo entre la historia de estos clubes que han avanzado y apostado por incluir fútbol femenino a sus disciplinas, y la historia detrás de cada jugadora que elige vestir una camiseta y correr detrás de una ilusión que crece cada día más.

En el desarrollo del torneo haremos énfasis en la historia de las jugadoras, en qué prejuicios sociales tuvieron que derribar para llegar hasta dónde están, qué sueñan, en qué jugadoras se inspiran, quién las motivó a ir a su primer entrenamiento, qué cosas tuvieron que dejar de lado para jugar todos los sábados, los kilómetros recorridos, las anécdotas y sus deseos. Queremos que esas vivencias no sean en vano, y que puedan ser compartidas en un rango de público más amplio, que sirvan como inspiración para futuras generaciones, para niñas que crezcan con el fútbol femenino ya incorporado y que, a pesar de vivir en un pueblo pequeño, tengan la posibilidad de elegir qué les gusta. También para recordar la historia y las incontables mujeres que han luchado para llegar hasta dónde nos encontramos hoy.

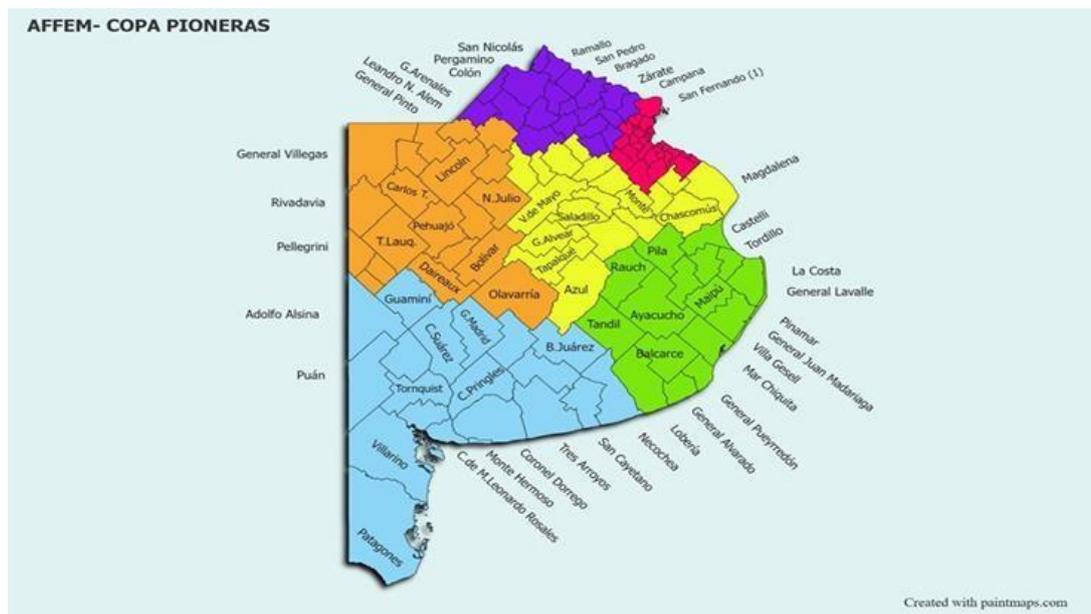
Por todo lo descrito y además por un deseo latente nuestro por ayudar a difundir estas historias y lugares del interior del país, creamos AAFEM y la Copa Pioneras.

DESARROLLO DEL TORNEO

El torneo se va a realizar en distintos sectores de la Provincia de Buenos Aires. El objetivo es que participen mujeres de entre 18 y 40 años que jueguen al fútbol de una forma amateur, pero que estén inscriptas a una liga local, para equiparar los niveles de competencia entre equipos.

La selección de estos equipos está dividida en 6 áreas, cada una denominada con una letra y color distinto. Los distritos en su totalidad son 6 y están divididos con los nombres de “Área A”, “Área B”, “Área C”, “Área D”, “Área E” y “Área F”.

Esto se debe a que cada partido/municipio competirá en un área determinada contra las ciudades o pueblos cercanos, y la decisión de realizar este tipo de división fue principalmente debido a la gran cantidad de localidades que se encuentran ubicados en la Provincia de Buenos Aires. Las zonas fueron diagramadas por cuestión de cercanía de las ciudades, de esta manera en la primera parte del torneo en donde son muchos equipos y se juega el pase a los octavos de final, decidimos que sería mejor que los equipos jueguen lo más cercano a sus viviendas y luego con el paso del torneo se irán alejando un poco de sus ciudades.



Una vez definidos los equipos, buscaremos el sponsor de marcas que quieran participar en el desarrollo del torneo, y además intentaremos que la idea sea validada por algún organismo de deporte, ya sea AFA o algún Ministerio -deporte, género, salud, turismo. Los ingresos deseados serían mediante sponsors y venta de entradas. Nosotras nos posicionamos como una fundación sin fin de lucro que organiza el sistema de juego, venues, contratos, licencias deportivas y entidad del campeonato.

Además, para tener el presupuesto correspondiente y poder transmitir los partidos por DeporTV, TNT Fútbol (que son los que actualmente transmiten fútbol femenino), o por canales de YouTube o Twitch.



Creemos que la mejor decisión para nuestro torneo es que su transmisión no se realice en vivo ya que de este modo podremos no solo mostrar los 90 min de partido, sino que también podemos

crear un espacio en forma de documental en el cual se transmitirá los días acordados con los canales de televisión y de streaming, empleando la transmisión como un falso vivo.

Se hará hincapié en comunicar el torneo mediante fragmentos de los partidos jugados, los mejores goles, tomas de cada jugadora, momentos destacados, el público y como este se expresa. Además, vamos a usar este espacio para dar a conocer a las jugadoras y sus historias de vida, el trayecto de cada club, y también las distintas canchas y contar detalladamente un poco de sus antecedentes y por qué fueron elegidas.

En el primer lanzamiento queremos también contar un poco de nuestra historia como asociación, explicar cómo hicimos para llegar a poder realizar el torneo, y desglosar qué representa cada elección que hacemos conforme avanzan los meses.

A su vez, si lo analizamos desde un lado económico y con los recursos que tenemos, creemos que de dicha manera este contenido podrá llegar a más personas a través de las redes sociales, y que la historia tanto del fútbol femenino como de sus jugadoras no quede únicamente en un partido transmitido en la televisión, sino que se viralice su pasión y amor por un deporte reconocido mundialmente.

ÁREAS DE JUEGO

A lo largo del torneo se jugarán en distintos distritos seleccionados previamente en la Provincia de Buenos Aires, dichos sectores se encuentran divididos en 6 (seis) áreas y cada uno de ellos contará con varias canchas elegidas, el siguiente es un ejemplo con dos de ellas en cada ciudad.¹

ÁREA 1: Cañuelas Fútbol Club - Club Social y Deportivo Liniers

ÁREA 2: Club Atlético San Martín - Club Sportivo Olimpo

ÁREA 3: Municipalidad de Ayacucho - Club Atlético San Lorenzo

ÁREA 4: Club Eclipse - Club Atlético Villa Belgrano

ÁREA 5: Chacarita Juniors Fútbol Club - Sport Club Magdalena

ÁREA 6: Club Atlético Compañía General - Club Social y Deportivo Santa Teresita

CRONOGRAMA

El proyecto va a durar 8 meses. Va a estar dividido en 3 etapas.

Comenzaremos con la etapa 1 donde las personas van a poder inscribirse al torneo mediante una página web. A su vez comenzaremos con la comunicación digital, como son las redes sociales, medios tradicionales, como radio y canales de televisión (canal local, Deportv, TNT sport, entre otros). La etapa 4 va a durar un mes y se realizará en abril y julio.

¹ En el anexo → 31-COPAPIONERAS- ANEXO CANCHAS se detalla más información.

Seguiremos con la etapa 2, donde los equipos van a competir en su zona para lograr quedar como uno de los mejores 36 equipos y seguir compitiendo por la copa. Esto se llevará a cabo durante un mes y medio y se realizará en agosto y septiembre.

Finalmente, en la etapa 3 compiten los 36 equipos por el premio mayor. Competirán entre zonas y se irán eliminando. El tiempo es de un mes y medio y se realizará en octubre y noviembre

	TIEMPO	MES/ MESES
ETAPA 1 Armado y diseño del torneo	4 meses	Abril - mayo - junio - julio
ETAPA 2 Clasificación por zonas	1 mes y medio	Agosto y septiembre
ETAPA 3 Torneo en sí mismo, con los equipos ya clasificados	2 meses y medio	Octubre – noviembre – mediados de diciembre (05.10.24 al 14.12.24)

PLAN DE OPERACIONES

EXPERIENCIA DE LAS USUARIAS

EQUIPOS POR JUGAR

Cada usuario conocerá la Copa Pionera a través de los distintos medios digitales - Instagram, TikTok, X (Twitter) o por medios tradicionales - televisión, radios locales de los municipios y también diarios locales-

Para formar parte del torneo, cada equipo que pertenezca con anterioridad a una liga amateur perteneciente a su zona podrá inscribirse a través de nuestra página web www.AAFFEM.com.ar/copapionerasinscripciones.

Para poder llevar a cabo la inscripción un representante por equipo será el encargado/a. Dicha persona tendrá que registrar a cada una de las jugadoras y al cuerpo técnico con la información pedida en la página de AAFFEM. Deberá loguearse con sus datos personales, pero posteriormente se las identificará por el nombre de su equipo.

¿CÓMO LO HACE?

El representante del equipo deberá ingresar a nuestro sitio web, allí dirigirse a la sección de inscripciones, en donde se le pedirán una cierta cantidad de datos personales

- Nombre y apellido
- Documento de identidad (DNI)
- Mail y teléfono de contacto
- Historia del equipo (de forma resumida)
- Municipio - Pueblo - Ciudad
- Club (al que pertenecen)
- Aptos médicos

Esta información será de cada una de las jugadoras que integren la lista de buena fe, y también del cuerpo técnico que acompañará en el recorrido. Los datos son de suma relevancia para establecer las pautas del torneo y, además, para poder categorizar a los equipos en su respectiva zona (se ejemplifica en las próximas páginas). Toda información es de ámbito privado, se asegura la privacidad y la seguridad de la información dada.

Una vez que tengamos los equipos seleccionados, y hayamos hecho una revisión correspondiente para ver si se cumplen los términos y condiciones para ser elegidos, le avisaremos a cada persona, a través del mail, si su equipo fue seleccionado o no para participar.

Una vez que todos los equipos seleccionados hayan sido informados, comenzaremos a contactar a cada equipo y persona en particular para confirmar la asistencia al torneo y obtener más datos personales que nos servirán para tener un eficiente desarrollo de este.

La página web, además, contará con una sección de noticias sobre el fútbol femenino de provincia de Buenos Aires, fotos de los partidos, información de AAFEM, mapa del torneo, fixture, resultados de partidos anteriores, tabla de posiciones, preguntas frecuentes, entre otras cosas.

ESPECTADORES

En la actualidad, reconocemos que son los televidentes quienes, buscan los horarios que concuerden con sus preferencias personales para el consumo de contenido audiovisual. Por dicho motivo es que hemos decidido que la experiencia del torneo no se quede en un solo medio de comunicación.

PRIMERA CATEGORÍA: TELEVISIÓN

Aquellos grupos de personas que les guste más consumir los medios tradicionales, les ofrecemos la posibilidad de mirar nuestros programas una vez por semana, desde la comodidad de sus hogares. De este modo queremos generar una cotidianidad, y sumergir a nuestra audiencia en temas pocos hablados, mostrando diferentes realidades y lugares de nuestra Provincia de Buenos Aires.

SEGUNDA CATEGORÍA: STREAMING

También de dicho modo extendemos una diversidad de público que nos podría consumir a través de sus medios de preferencia. Con este propósito hemos dividido a la audiencia en dos categorías. Como existen nuevos medios de comunicación, nosotras consideramos que este podría ser un gran aliado con los más jóvenes, por dicho motivo hemos creado un canal en una plataforma de streaming, para aquellos

que prefieren consumir programas en diversos horarios. También por este medio estaremos compartiendo material adicional sobre las jugadoras de cada uno de los equipos y detrás de escena antes de que comience el partido. El contenido quedará guardado para que las personas puedan visualizarlo cuándo y dónde quieran.

Queremos que nuestro contenido pueda ser visto por cada una de las personas que les guste, apasiona o simplemente quiere conocer nuevos talentos de la argentina. Por este motivo queremos brindar con todos los medios posibles para que cada uno de ellos pueda hacerlo.

ACUERDO

Buscaremos lograr desde Copa Pioneras un acuerdo con alguna empresa petrolera de Argentina, para que la difusión publicitaria en calle esté situada en las estaciones de servicio que se ubiquen en la provincia de Buenos Aires, y que las personas que viajen, o simplemente que vayan al lugar se enteren del torneo por esas publicidades. Idealmente, nos gustaría lograr un acuerdo con YPF, porque ya tiene establecido pautas con el futbol femenino del país, y representa el nombre de una de las competiciones: Campeonato YPF Femenino, que está en auge desde el año 2021, y con contrato con la AFA para seguir patrocinando el torneo hasta fines del 2023. Ha sido de gran ayuda para que la disciplina deportiva salga adelante y tenga más reconocimiento, por lo que para nosotras también sería un aliado ideal. En las pecheras que se utilicen en el torneo estará la insignia de alguna de estas empresas, para que la difusión también este durante el torneo.

PREPRODUCCIÓN

En esta primera etapa reservaremos todos los derechos, habilitaciones y documentación importante. También buscaremos las canchas donde se realizarán los partidos, comenzaremos a difundir la llegada del torneo, prepararemos la página web dónde las jugadoras podrán inscribirse y definiremos las zonas donde se van a jugar los partidos. Por último, comenzaremos a buscar personal y sponsors.

PRODUCCIÓN

En esta segunda etapa, definiremos los equipos que van a participar, cerraremos trato con los canales de difusión, como FOX sport. Comenzaremos a cerrar contratos con el personal a cargo del evento y con las canchas a utilizar. Por último, comenzaremos a vender las entradas para los partidos de fútbol, ya que se pueden ver presencial y virtual.

EXPLOTACIÓN

En esta tercera etapa se llevará a cabo el evento con los 36 equipos seleccionados, jugarán en las zonas y canchas ya pactadas. Contrataremos fotógrafos, estarán los canales de difusión, árbitros, ayudante y Community Manager que estará encargado de toda la difusión de las redes sociales. Por último, se sabrá el nombre del equipo ganador y se entregará el premio.

Paralelamente al torneo y su realización, AAFEM organizará:

- Cursos de género y capacitaciones deportivas tanto para los integrantes de la asociación, sino también para los delegados que representen cada área.
- Charlas de motivación y liderazgo en el deporte en escuelas primarias, secundarios, y escuelas de adultos dentro de la provincia de BA.
- Conferencias por zoom con profesionales de la industria para la comunidad de AAFFEM.
- Capacitaciones constantes dentro y fuera de la organización para mejorar y entender los procesos.
- Información actualizada en redes sociales para seguir el torneo y todos sus avances y modificaciones.
- Propuestas de expansión a futuro en cuánto a zona geográfica del torneo

CIERRE

En esta última etapa realizaremos un balance de lo realizado en el torneo. En ese mismo balance veremos las opiniones positivas y negativas para tenerlas en cuenta en futuros eventos.

MERCADO (Y SUS TIPOS)

MERCADO TOTAL

Está compuesto por hombres y mujeres que viven o residen en Argentina, les gustan los deportes en equipo, donde se juegan roles de compromiso y el respeto por el otro. Principalmente el deporte elegido es el fútbol, disfrutan de ir a la cancha, de ver partidos de su país y del exterior también, buscan estar actualizados con el contexto mundial del deporte y los contenidos de esa disciplina al día. El fútbol masculino lo consumen vía televisión y redes sociales, principalmente X (Twitter) e Instagram, pero también tienen aplicaciones deportivas que les hacen un análisis minuto a minuto de los partidos que les interesen.

La mayoría adquieren el pack de fútbol. En lo personal, son personas que tienen ganas de abrir sus horizontes en cuánto a conocimientos y, además, conocer nuevos competidores/as y formas de jugar. Por lo general, al público que le interese el fútbol femenino van a consumir muchos partidos europeos, donde la disciplina ya está más arraigada que en nuestro país. Pero también van a seguir a la categoría femenina de su club en Argentina, y al resto de los equipos de Primera Categoría A, preferentemente, ya que quizás desconocen otras categorías por la falta de transmisiones.

DISTRITOS

Según los datos del INDEC, en Gran Buenos Aires hay 24 partidos. El total de la población es de 17.450.899 aproximadamente.

También hay más de 111 partidos en la Provincia de Buenos Aires y viven 6.703.871 aproximadamente.

El total de la población con la que trabajaremos es de 24.154.770 personas.

Partido	Total de viviendas particulares	Total de viviendas colectivas	Total de población	Población en viviendas particulares	Población en viviendas colectivas ⁽¹⁾	Población en situación de calle (vía pública)
Total	6.695.273	6.535	17.569.053	17.450.899	117.193	961
24 Partidos del Gran Buenos Aires	3.714.607	1.383	10.865.182	10.817.508	46.877	797
Resto de partidos de la Provincia de Buenos Aires	2.980.666	5.152	6.703.871	6.633.391	70.316	164

En los 24 partidos del Gran Buenos Aires hay 10.817.508 personas y **4.987.375** son mujeres, en el resto de los partidos de la Provincia de Buenos Aires hay un total de 6.703.871 personas y **3.423.485** son mujeres.²

MERCADO POTENCIAL

Mujeres con un rango etario entre 18 y 40 años, que residan en Provincia de Buenos Aires. Para este torneo específicamente, deben ser equipos en los que sus representantes estén inscriptas en una liga de su municipio/partido, jugando en un nivel amateur en categoría primera y contar con el interés de visibilizar el fútbol femenino del interior del país y de Gran Buenos Aires, para así llegar a otros sectores y así hacer crecer en la disciplina. También, apuntamos a mujeres con un nivel socio económico que se encuentra entre ABC1- C2 -C3 (anhelamos tener un amplio nivel socioeconómico, ya que creemos que el fútbol en nuestro país traspasa fronteras económicas, cada persona que lo disfrute puede ser parte. Y gracias a ellos podemos no solo incentivar el fútbol como deporte, sino también como una forma de ayudar a los demás).

Dentro de la tipología de cliente, podemos encontrar a la Generación Z, aquellas mujeres nacidas a fines de los '90 y principios de los 2000.

Otra categoría puede ser las pertenecientes a la generación Millennials (nacidas entre 1981 - 1993). Además, la generación Centennials son personas nacidas entre 1977 y 1983. Crecieron con el surgimiento de las nuevas tecnologías y debieron adaptarse a ellas.

Los espectadores poseen un rango etario sin limitaciones de edad ya que consideramos que el fútbol masculino es una pasión muy grande en la cultura argentina y que esta misma podría ser traspasada al fútbol femenino. Dentro de dichos espectadores podemos encontrar familiares, amigos y/o personas.

Ellos pueden dividirse en dos formas de consumidores de forma presencial en las canchas de fútbol o de forma virtual en distintos canales que transmitan los partidos, como es el caso de televisión, YouTube, Twitch (televisión pública, TyC Sports, DeporTV, ESPN deporte, DIRECTV.)

² Está descrito más detalladamente en el anexo → 31- COPA PIONERAS- ANEXO CENSO

Los anunciantes, marcas o sponsors que nos gustaría tener en nuestro torneo, idealmente serían de las secciones de productos de higiene femenina, instituciones bancarias, indumentaria y calzado deportivo, bebidas isotónicas/energéticas y aguas, gel para cabello, equipamiento deportivo, alimentos, entre otras. También, quisiéramos potenciar este torneo con ayuda de diversos Ministerios del país, como, por ejemplo, Ministerio Salud, Ministerio de las Mujeres Géneros y Diversidad, Ministerio de Turismo y Deporte y Ministerio de Transporte (para fomentar el traslado de los equipos a lo largo de toda la provincia de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, como así también la visibilización de las ciudades y pueblos que se posicionan como sede de los partidos, también, para fomentar la disciplina).

Nos dirigimos a mujeres que viven en la Provincia de Buenos Aires y que les guste jugar al fútbol en cancha de once, que compiten en una liga, que entrenen en un club varios días a la semana y los fines de semana se miden en partidos ya sea de forma competitiva o torneos amistosos.

Son mujeres que tienen otros oficios u ocupaciones, no se dedican 100% al fútbol porque en la ubicación geográfica en donde se encuentran el fútbol aún no está profesionalizado, lo practican a modo de recreación, pero les entusiasma la competencia entre los equipos de sus ligas. Disfrutan de ver fútbol cuando tienen tiempo, tanto masculino o femenino. Consumen redes sociales, mayormente Instagram-Facebook-Twitter, para enterarse de las novedades en lo deportivo.

¿Cómo seleccionaremos a los equipos de fútbol femenino para nuestro torneo?

La convocatoria será abierta a todo público que cumpla los requisitos propuestos (equipos de fútbol 11 donde participen mujeres de 18 a 40 años, que estén inscriptas en una liga de fútbol amateur y que residan en Provincia de Buenos Aires) y se va a realizar a través de una página web que vamos a crear desde cero.

Las inscripciones estarán abiertas durante un período de tiempo -a definir-. Al cierre de las inscripciones, dependiendo los equipos que se anoten (idealmente queremos que sean más de 32, pero tenemos como referencia los antecedentes de la Copa Federal, que, si bien se eligen equipos de todo el país, en la última edición hubo más de 400 clubes de 44 ligas de toda la Argentina) vamos a repartirlos en 6 zonas, para que la primera ronda de eliminación sea entre clubes de zonas cercanas geográficamente a los pueblos/ciudades que se encuentren alrededor. Por ejemplo, en la ZONA 1 se podrían cruzar: 9 de Julio vs Junín, Lincoln vs Carlos Casares, Pehuajó y Trenque Lauquen. En ZONA 2, algunos cruces por eliminatorias podrían ser: Bahía Blanca vs Puan, Laprida vs Tres Arroyos, y así sucesivamente.

Esta división permitirá una mayor organización para que al final cada una de las zonas tenga dos o más equipos clasificados, que luego competirán con los clasificados en otras áreas para definir octavos-cuartos-semifinal-final.

ANTECEDENTES (Y UN POCO DE HISTORIA)

Creemos que si bien a lo largo de los años han evolucionado las competiciones como también se han generado nuevas competencias y torneos, todavía hay un largo camino por desarrollar, y varios sectores del país que aún no tienen la visualización correspondiente. Por eso, tomando como referencia los antecedentes que sucedieron en el país en esta disciplina, queremos crear un proyecto distinto. Las bases ya establecidas nos ayudan a entender qué queremos mejorar, hacia donde queremos apuntar, y qué objetivos podemos proponernos, en este caso, al crear un torneo que se dispute en Provincia de Buenos Aires, únicamente.

Cómo asociación, analizamos la existencia previa de antecedentes y pudimos identificar a AAFF (Asociación Argentina de Fútbol Femenino), impulsada por Nils Altuna, una mujer coqueta, refinada y de buen pasar, que fue por curiosidad y ajena a la práctica a ver un partido del femenino en el año 1984, y descubrió allí una actividad novedosa y dispar. Quiso ayudar a que se reproduzca, y que tenga al igual que el fútbol masculino, la posibilidad de desarrollarse y de construirse como una entidad consolidada. Luego de varios meses de recorrido por medios, de incorporación de clubes, de estratos por parte de la sociedad y las entidades de fútbol más reconocidas, logró que la AFA, en el año 1990 incorpore a su agenda dicha asociación. Un año después, se lanzó el primer torneo local oficial con ocho equipos. Aunque en lo organizativo, el certamen dejó mucho que desear.

Avanzando en varias décadas, pero con el mismo objetivo y las mismas luchas, Evelina Cabrera creó en el 2019 AFFAR, la asociación femenina de fútbol argentino.

En el libro “¡Qué jugadora!” cuenta que después de muchas injusticias en la disciplina, y por falta de interés de la AFA para incluir proyectos del femenino, se juntó con otras mujeres y fundaron esta asociación que es independiente, y que incorporó torneos de fútbol para mujeres ciegas, inserción del deporte en cárceles de mujeres, y competencias como el Campeonato YPF, que hoy está en auge.

El antecedente que consideramos clave para la realización de nuestro torneo es la Copa Federal, que está recién en su tercera edición, y consta de una competencia donde participan clubes de la Primera División “A” y las Ligas del Interior. Es requisito que participen los clubes más destacados de Primera A, pero también que haya fases preliminares en distintas regiones del país, para obtener clasificación de equipos que sean de sectores de la región patagónica, norte, centro, pampeana, por ejemplo. En la última edición -2022-, compitieron los siguientes equipos

1. Atlético Oberá – Misiones
2. River Plate
3. Atlético Tucumán – Tucumán
4. Boca Juniors
5. Luna Park – Bariloche
6. UAI Urquiza
7. Santa María Oro – Concordia
8. Rosario Central
9. Central Córdoba - Santiago del Estero
10. San Lorenzo de Almagro
11. Godoy Cruz – Mendoza
12. Gimnasia y Esgrima de LP
13. Aldosivi - Mar del Plata
14. El Porvenir

15. Malvinas - La Plata
16. Independiente.

Hasta el momento, es la única referencia en Argentina que incluye a las Ligas del Interior, por eso vimos la oportunidad para potenciar aún más este terreno geográfico que tanto tiene por explotar. Además, el surgimiento de la Copa Federal trajo muchas ventajas y potenció muchas áreas a las que queremos apuntar.

Otro punto importante fue el éxito de la visualización que tuvo este torneo a nivel país, los partidos fueron transmitidos por DeporTV y TV Pública, canales a los que apuntamos con nuestro proyecto, y también tuvieron transmisión vía streaming, en vivo y en directo a través del canal FIFA Desarrollo en YouTube. El material generó más de 100.000 visualizaciones. En la final, además, hubo 60 periodistas acreditados. Por lo que creemos que es un producto que fue exitoso en sus resultados, por lo que nos da una buena ventaja para salir al mercado en sistema de números y datos.

5 FUERZAS DE PORTER

1) ENTRANTES POTENCIALES – AMENAZAS DE ENTRADA

Creemos que una de las principales amenazas de entrada que tiene nuestro torneo deportivo es la desigualdad que tiene género femenino aún en la disciplina deportiva. Sí bien no hay mucho que pueda hacerse, ya que es más una construcción social que lleva tiempo, es muy dispar la diferencia entre hombres y mujeres. Son muchos los casos en los que en un mismo club de fútbol las mujeres no reciben el mismo apoyo o financiamiento que los equipos masculinos, siendo que están bajo el mismo techo.

Algunos antecedentes para demostrar esta desigualdad son en los casos de los salarios o sueldos en donde las mujeres reciben un porcentaje mínimo a comparación con el del hombre. Por ejemplo, en el sitio web de TN, ellos comunican que el sueldo de la mujer de primera división es el mismo que recién los hombres que juegan en la categoría más baja del fútbol masculino, esto mismo se puede ver en otros países como es el caso de España en donde la mujer tiene un sueldo anual de 16.000 euros y el hombre de 182.000 euros anuales. Por eso de dicha manera es que las mujeres no pueden vivir de su pasión como ellos y debe tener más de un trabajo para poder vivir; “Con nuestro sueldo no hay chance de vivir de esto. **Muchas tenemos que trabajar y volver volando a los entrenamientos**, no llegamos con los horarios, tenemos que acomodar un montón de cosas. Ojalá pudiésemos vivir de esto” (Lichinizer, 2022)

Aunque hoy en día el crecimiento de consumo de fútbol femenino en el país va en aumento, son pocos los medios de comunicación que transmiten en vivo los partidos: DeporTV y TV Pública suelen ser los únicos canales que proyectan los partidos con transmisiones en vivo, también se pueden ver por YouTube o canales de Facebook. Este año se rompió el récord de asistentes a un partido de la Selección Argentina, que obtuvo un total de 31,800 espectadores. Ocurrió en el estadio Kempes de Córdoba. Poco a poco las personas van adquiriendo el gusto de comprar una entrada

para disfrutar de manera presencial un partido, aunque otro sector de la sociedad prefiere criticar la disciplina desde su casa.

Por último, la falta de oportunidades de desarrollo y formación en el fútbol femenino puede limitar la cantidad de jugadoras disponibles para conformar equipos, especialmente en áreas con escasa infraestructura deportiva.

Es por estas razones que buscamos cambiar la idea que hay hoy en día sobre el fútbol femenino. Queremos que las mujeres tengan el mismo respeto y derechos que los hombres, que tengan los recursos para participar y un buen desarrollo a nivel profesional

Otra posible amenaza de entrada hacia nuestro torneo es la falta de interés y apoyo del público.

2) SUSTITUTOS – AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

La demanda de mercado del fútbol femenino es cambiante ya que nuestros potenciales consumidores no tienen tan al alcance éste en el país, porque como ya mencionamos anteriormente, son pocos los canales televisivos o los servicios con-demanda que los transmiten en vivo. Probablemente, por esta falta de difusión les sea difícil seguir el producto durante mucho tiempo seguido, o al menos le resulte tedioso. Estos mercados, entonces pueden ser fácilmente reemplazados por otros deportes como el hockey, handball, o fútbol masculino, que sí tienen su televisación asegurada en los canales de deportes más conocidos.

ESPECTADORES

Con un rango etario sin limitaciones de edad, desde niños/as hasta personas mayores de 70 años, ya que consideramos que el fútbol es una pasión muy grande en la cultura argentina y que esta misma está teniendo más lugar ahora en el fútbol femenino. Dentro de dichos espectadores encontramos familiares, amigos, allegados y/o personas sin lazo parental que disfrutan viendo los encuentros. También hay espectadores que consumen los partidos de forma virtual.



3) PROVEEDORES – PODER DE NEGOCIACIÓN

Uno de nuestros principales proveedores son las canchas de fútbol donde se va a llevar a cabo el partido. Debemos alquilar con tiempo las canchas que vamos a utilizar en los distritos.

Por otro lado, otro proveedor es el transporte. Las jugadoras deberán viajar hacia un destino y muchas veces no hay micro o autos, por lo que vamos a necesitar un sponsor o ayuda económica para solventarlo.

4) COMPRADORES – PODER DE NEGOCIACIÓN

Es el momento en el cual las personas comienzan a tener una concentración de su compra, buscan alternativas para cambiar de lugar y lidiar con el mercado

¿Por qué las personas deberían elegirnos? Buscamos llegar a mujeres que tengan ganas de competir y aprender.

Buscamos crear una red de fans y fieles seguidores. Los equipos de fútbol femenino pueden crear una marca distintiva en nuestro torneo.

5) RIVALIDAD COMPETITIVA

Existe un crecimiento lento del mercado. Algunos de nuestros competidores son:

COMPETENCIA

Torneo Lady Futbol: es un torneo de fútbol de chicas que participan en un fútbol 5. Compiten martes, viernes y sábado. Estos días juegan todas las categorías, de primera división a quinta división B. Los viernes puede no haber cuarta división, depende de la cantidad de equipos anotados. Para participar en el torneo hay que inscribirse mediante WhatsApp y tiene un costo de \$8.000.



Cada competencia tiene un premio, en este caso no solo gana el equipo ganador, se premia el compañerismo, mejor jugadora, etc. Algunos premios que se dan son cervezas, remeras, gorras, medias, pelotas, etc. Las canchas de fútbol se encuentran en Padre Canavery 1351 - CABA y pertenecen al Grün Fútbol Club.

Copa Igualdad: Junto con el ministerio de las mujeres, género y diversidad sexual se creó un torneo que se lleva a cabo en ocho regiones de la Provincia de Buenos Aires y participarán más de 80 seleccionados municipales. El torneo comienza el 15 de abril en el Estadio Municipal de Carmen de Areco.



Copa Federal: 6 equipos compiten representando a la Supercopa Argentina. El torneo fue transmitido por DeporTV y AFA Play. Más de 400 equipos compitieron para ser elegidos y solo 8 son los seleccionados. El torneo comienza con los octavos de final. Otros torneos que se realizan son, La Redonda Fútbol, Legado League, Bonsai Fútbol.



La diferencia con todos los torneos es que, hay torneos femeninos, masculinos y mixtos, las canchas quedan en un predio determinado, la inscripción es por la página web y hay que inscribirse con tiempo porque hay pocos cupos. Los equipos que se anotan no pertenecen a ninguna liga, son equipos que buscan pasarla bien y jugar, más allá del premio.

DeporTV es un canal de televisión que transmite información sobre los deportes y partidos de fútbol (tanto masculino como femenino), vóley y demás disciplinas. Junto con la Tv Pública, son los únicos canales que hoy en día transmiten competencias de futbol femenino, más allá de partidos de selección.

Uno de nuestros competidores indirectos es la programación de un partido de vóley femenino. Por ejemplo, la final de la liga femenina de vóley.

También se transmiten torneos de futsal, handball, automovilismo, etc.

Otros canales que pueden configurarse como competencia, porque difunden disciplinas aunque no todos transmitan fútbol femenino diariamente, son los siguientes:



TyC Sports



En el fútbol nuestro competidor principal es el masculino porque es mundialmente más conocido, los partidos se transmiten en todos los portales, hay grandes ligas, se realizan muchos torneos y el mundial como competencia máxima. Si bien el nivel de competencia y de exigencia no es el mismo que las mujeres, creemos que es el principal porque es el contenido que hoy eligen pasar los medios de comunicación en todas sus plataformas.

El fútbol femenino ha ido creciendo en el mundo y a nivel negocio. En Argentina los equipos de fútbol masculino fueron obligados a crear una liga de fútbol femenina.

Por último, el fútbol femenino compite entre sí con las selecciones nacionales, ligas profesionales, equipos universitarios y equipos amateurs. La selección nacional compite en la FIFA, UEFA y Juegos Olímpicos. Las ligas profesionales son equipos que representan al país y juegan en otros países contra otras ligas. Los equipos universitarios son grupos de mujeres que compiten contra otras universidades. El equipo amateur son mujeres que compiten en ligas y torneos más de nicho, juegan por hobby, no lo toman como un trabajo.

CANVAS

<p>Socios clave</p> <p>Transporte y hotelería Asociaciones profesionales de fútbol (AFA)</p> <p>Establecimientos deportivos</p> <p>Ministerios del país (Transporte)</p> <p>Seguridad y cobertura médica en los establecimientos deportivos</p>	<p>Actividades clave</p> <p>Tener claros los acuerdos entre los clubes y sus instalaciones</p> <p>Difusión de la campaña</p> <p>Recursos clave</p> <p>Infraestructura/recursos técnicos- Recursos humanos- Recursos intelectuales/bienes intangibles- Recursos económicos</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Visibilizar y potenciar las competencias del fútbol femenino en el país.</p> <p>Queremos que esas niñas y mujeres que tienen el deseo latente de jugar al fútbol puedan ser reconocidas por lo que hacen.</p>	<p>Relaciones con el cliente</p> <p>Personal Queremos que las personas se diviertan, disfruten y tengan un buen partido.</p> <p>Canales</p> <p>Comunicación</p> <p>Distribución</p> <p>Venta</p>	<p>Segmento de cliente</p> <p>Jugadoras de fútbol femenino y las personas que consumen los partidos de fútbol.</p> <p>Sponsors: marcas de desodorante, productos de higiene femenina, bancos, indumentaria y calzado, etc.</p>
<p>Estructura de costo</p> <p>Costo fijo: seguridad, el servicio médico, community manager, árbitro, seguros y licencias, transporte costo de mantenimiento de la página web. Costos variables: utilería, equipamiento deportivo, premios, fotografías.</p>		<p>Fuente de ingreso</p> <p>Organización sin fines de lucro</p> <p>Sponsors</p>		

1. SEGMENTO DE CLIENTE

Nuestros segmentos de clientes y socias son jugadoras de fútbol femenino y las personas que consumen los partidos de fútbol.

JUGADORAS: mujeres con un rango etario entre 18 y 40 años, que residan en Provincia de Buenos Aires. Para este torneo específicamente, deben ser equipos en los que sus jugadoras estén inscriptas en una liga de su municipio/partido, jugando en un nivel amateur en categoría primera y contar con el interés de visibilizar el fútbol femenino del interior del país y de Gran Buenos Aires, para así llegar a otros sectores y así hacer crecer en la disciplina. También, apuntamos a mujeres con un nivel socio económico que se encuentra entre ABC1- C2 -C3 (anhelamos tener un amplio nivel socioeconómico, ya que creemos que el fútbol en nuestro país traspasa fronteras económicas, cada persona que lo disfrute puede ser parte. Y gracias a ellos podemos no solo incentivar el fútbol como deporte, sino también como una forma de ayudar a los demás). Todas las jugadoras deben pertenecer a un equipo o club de fútbol femenino.

ESPECTADORES: ya mencionados anteriormente.

SPONSORS: Los anunciantes o marcas que idealmente nos gustaría tener como principales sponsors para poder incluir en nuestro torneo serían: marcas de desodorante (Rexona, Dove, Secret) productos de higiene femenina, (Kotex, O.B Siempre libre, Always, Eva copa), bancos (Galicia, Itaú, Santander, Banco Provincia), indumentaria y calzado (Nike, Adidas, Puma, Reebok), bebidas isotónicas/energéticas (Gatorade, Powerade) y aguas (Villavicencio, Villa del Sur, Glaciar),

gel para cabello (Algabo, de Preal, Ego), equipamiento deportivo (Nike, Adidas, Puma, Reebok), alimentos, como por ejemplo galletitas Cereal Mix, Frutigran, Cachafaz, Petroleras, (YPF, Shell) perfumería (Boos, Prüne, Polo, Ciel), y marcas que ya colaboran con el deporte como Quilmes, Coca Cola, YPF, Adidas, Nike, entre otras. Estamos interesadas en los diferentes rubros mencionados, las marcas son una guía para identificar a los productos.

2. PROPUESTA DE VALOR

Somos una Asociación Civil sin fines de lucro, con un ideal de visibilizar y potenciar las competencias del fútbol femenino en el país. Entendemos el crecimiento de esta disciplina como algo destacable en los últimos años, pero consideramos que la industria puede crecer más. Por eso, creamos este torneo de fútbol, que va a apuntar a sectores que no tienen los recursos y el reconocimiento necesario para ser avalados a nivel país. Nos enfocamos en crear esta competencia en toda la Provincia de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires, que tienen una larga cantidad de clubes femeninos pero que sólo son conocidos en su distrito, hasta ahora.

Hoy vemos el recorrido del fútbol femenino en el mundo, y también en nuestro país, y entendemos que al hablar de clubes sólo conocemos los pertenecientes a la Primera División, o Primera División B, todos situados en CABA. ¿Qué hay en el medio? Hasta hoy, clubes reconocidos solamente por su gente, mujeres jugando cada fin de semana para ser transmitidas en un vivo de Facebook al que asisten 60 personas, mujeres con sueños por cumplir, con expectativas altas al salir de cada entrenamiento, con charlas y reuniones para concretar viajes a las canchas de su liga, que a veces son imposibles por falta de recursos económicos. Queremos que esas niñas y mujeres que tienen el deseo latente de jugar al fútbol puedan ser reconocidas por lo que hacen, y que, además, puedan tener un espacio para utilizar como "vidriera", y así ser vistas por personas del ámbito, para crecer profesionalmente si así lo desean.

El torneo se configura como el intermedio de lo que no está descubierto, servirá no solo para potenciar el fútbol femenino sino también para crear nuevas competencias, afianzar lazos entre equipos, conocer localidades del país y sus instalaciones, destacar jugadoras estrella, acompañarlas en el proceso y darles el aval que les corresponde como equipo.

3. CANALES

Contamos con una comunicación externa que va a ser dada a través de los medios de la televisión y radio. Para acompañar dicha propuesta la acompañaremos con gráfica en las estaciones de servicio que se unan a la campaña, mencionado anteriormente.

La distribución sería mediante las redes sociales, canales de televisión y diferentes plataformas digitales entre las cuales podríamos encontrar youtube / Twitch. Nuestra forma de comunicarnos con nuestro público es a través de nuestras redes sociales, desde nuestra página web, Instagram, Facebook, Twitter y Tik Tok.

Las ventas estarán situadas desde un primer lugar en las compras de entradas desde la página de internet o plataformas digitales. También generamos una entrada de dinero a través de las ganancias obtenidas de los productos con las imágenes del torneo.

4. RELACIONES CON EL CLIENTE

Queremos que dicha relación se pueda manejar a través de las redes sociales y página web. Que el acceso a la venta de entradas sea de forma adecuada para que nuestros compradores y futuros espectadores tengan una buena experiencia en la compra y en cada uno de los partidos, y en el caso de que algo malo ocurra en algunos de estos momentos que la atención al cliente sea la mejor dada. También deseamos que la relación entre los equipos y jugadoras sea la mejor desde la previa del juego hasta en el momento de este.

Uno de nuestros principales deseos es que haya buenos tratos de nuestro lado, como del lado de las ligas. Queremos que las personas se diviertan, disfruten y tengan un buen partido.

5. FUENTE DE INGRESO

Somos una organización sin fines de lucro, por lo tanto, todas las ganancias son destinadas únicamente al torneo. Nuestras fuentes de ingreso son las entradas vendidas a los partidos de fútbol y los sponsors que deseen promocionar su marca en las camisetas o en la cancha de fútbol.

6. RECURSOS CLAVES

Los recursos físicos con los que contamos son las canchas de fútbol, las cuales se van a dividir en dos, por un lado, contamos con las canchas en donde se van a realizar los encuentros del torneo y por otro lado las canchas en donde las jugadoras de cada uno de los equipos realizarán sus entrenamientos. También están los lugares de hospedaje de cada uno de los equipos y los diversos medios de transporte que usaran para llegar a los distintos lugares.

Los recursos intelectuales son las licencias y contratos, los cuales se les hará a cada equipo para poder competir, derecho de imagen, para que podamos utilizar las imágenes de forma propia en las diferentes redes sociales de la marca. Por último, las visualizaciones obtenidas por la transmisión del partido en los diferentes medios y la gestión de la o las marcas.

Los recursos humanos, contamos con el staff de producción, de fotografía, los utileros, quienes chequean que la cancha y todos sus espacios se encuentren de forma adecuada para el momento del partido. También podríamos incluir a los árbitros correspondientes, espectadores, médicos y ambulancias, seguridad, tanto interna como externa de la cancha, ya que si llegara a ocurrir algún disturbio contaremos con su ayuda para resolver los problemas y equipos de contingencia,

Los recursos financieros son los acuerdos con los patrocinadores/sponsors, y posible convenio con los Ministerios de Turismo y Deporte, Ministerio de Transporte, y AFA.

7. ACTIVIDADES CLAVES

Algunas de nuestras actividades claves son:

1. La búsqueda de sponsors para prever algunos gastos principales, como el transporte y los alojamientos. La creación de nuestra página web para la inscripción de los equipos y con

información básica del torneo, trataremos de buscar un buen servidor para que sea una experiencia amigable para el usuario y no haya inconvenientes

2. La conformación de grupos de trabajo en cada una de las zonas que se distribuye el mapa, y también su capacitación constante para que estén al tanto de todo el funcionamiento del cronograma. Este paso es muy importante, ya que con estos grupos tenemos a un responsable en cada zona que nos ayude con la búsqueda de alojamientos, transporte en las zonas, contacto con los clubes de cada ciudad/pueblo, árbitros de las ligas, fotógrafos disponibles, y demás eventualidades que puedan surgir en el momento que comience el torneo.
3. La creación y difusión de la campaña para que se inscriban los equipos que deseen ser parte, queremos que llegue a todos los puntos que establecimos geográficamente en el territorio de PBA
4. Conseguir los derechos de transmisión para la difusión que buscamos tener de los partidos, hablar con distintos medios de comunicación a los que le interese compartir el evento.
5. Definir y reservar alojamientos y traslados, también pedir fechas en las canchas donde se van a desarrollar los partidos para que no se superpongan con las ligas locales.
6. Tener una excelente comunicación tanto dentro de la organización como con los responsables de áreas, ya que la eventualidad y los imprevistos de un torneo de fútbol requieren cambios constantes.

8. SOCIOS CLAVES

La selección de nuestros socios claves está dividida en diversas áreas de sponsors en los cuales vamos a trabajar y de dicha manera nos van a brindar una ayuda económica para la realización de la liga.

1. Transporte y hotelería (desde los hoteles en donde nuestras jugadoras se van a hospedar hasta las canchas de fútbol y viceversa)
2. Asociaciones profesionales de fútbol (AFA)
3. Establecimientos deportivos (clubes y canchas en condiciones)
4. Ministerios del país (Ministerios de Turismo y Deporte, Ministerio de Transporte)
5. Sponsors
6. Seguridad y cobertura médica en los establecimientos deportivos

9. ESTRUCTURA DE COSTOS

Los gastos estarán divididos en 2 partes. Por un lado, los objetos y por el otro el personal a cargo. El torneo lleva un gasto de \$ 77.745.223 pesos argentinos y \$90.401,42 dólares.

ALGUNOS PUNTOS DÉBILES

Uno de los principales inconvenientes que podemos identificar en el ámbito del fútbol en Argentina, es que, si bien este deporte es considerado como una de las aristas que representan al país, y una de las disciplinas más importantes y practicadas, el fútbol femenino sigue sin tener tanta presencia. Si bien entendemos que el número es muy elevado, las diferencias entre géneros que lo

practican son muy notorias. Entonces, uno de los principales problemas es que dentro de este número se incluyen hombres y mujeres que residen en todo el país, pero que tienen distintos niveles de reconocimiento, a pesar de practicar la misma disciplina.

Estas cuestiones y muchas más como el lugar geográfico donde juegan o la situación económica que afronta cada club, son problemáticas sociales que siguen existiendo. Nosotras, nos vamos a enfocar puntualmente en la diferencia que existe entre jugadoras de fútbol de Capital Federal y las que residen en el Provincia de Buenos Aires y Gran Buenos Aires. Por supuesto que la mayoría de las jugadoras que tengan sus clubes en CABA, serán reconocidas bajo alguna categoría (Primera División A, Primera B, Primera C, Ascenso, etc.) Y, además, las que participen en estas categorías tienen una visibilización a nivel televisivo que otras no pueden tener. Esa brecha, que en algunos casos está a pocos kilómetros de diferencia, es la que buscamos solucionar con nuestro torneo. Entendemos que no existe un intermedio entre las "jugadoras de Primera División A", y las jugadoras que juegan de forma amateur todos los fines de semana. Bruscamente dicho, o sus grandes o no existís más allá de tu pueblo/ciudad.

A partir de estas circunstancias que se nos interponen, debemos sortear algunos puntos débiles como organización. Entre ellos: sería ideal contar con algún tipo de ayuda de ministerios del país que nos respalden con subsidios económicos, ya sea para el transporte de las jugadoras, como también para el mantenimiento de la organización que conformamos. Es vital que haya una buena comunicación, y una acertada lógica de transportes, recorridos, y diversidad en los lugares que buscamos visibilizar. En caso de no contar con algún subsidio económico, se nos dificultará mucho expandir el mapa de venues ya que muchos equipos no podrían costear sus propios viajes cada fin de semana.

Otro punto débil sería que no nos otorguen los derechos de transmisión para los partidos, o que ningún canal desee asociarse con el torneo, porque perderíamos el punto más importante por el cual nació esta idea: visibilizar equipos del interior del país.

Y, por último, pero no menos importante, el factor climático es inmanejable, por lo que en caso de repetidas lluvias y tormentas el fixture deberá ser modificado, en caso de que todas las canchas previamente seleccionadas estén en condiciones nulas de juego. Habría que reprogramar el cronograma de actividades, situación que podría ponernos en un desafío constante por la pérdida de dinero.

PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

LISTADO DE COSTOS

Los gastos estimados para la hora de realizar el torneo son de \$1.009.794,70 pesos argentinos y \$1.574,18 dólares para que estos números sean vistos de una forma más visible, estarán divididos en dos grandes áreas. Por un lado, tenemos todo lo que el PERSONAL está a cargo y por otro lado todos los OBJETOS que se utilizarán a lo largo de los meses. El presupuesto fue calculado por partido.

Contamos con más de 116 personas a cargo del evento. Todas las personas que no formen parte del voluntariado recibirán una suma económica por la tarea a realizar.

OBJETIVOS						
TRANSPORTE	EQUIPAMIENTO	VESTIMENTA (STAFF)	DIGITAL	EXTRAS	SALUD	INSUMOS
Micros	Pelota de fútbol	Conjunto Deportivo (mujeres)	Página Web (costo de mantenimiento)	Trofeos	Primeros Auxilios	Bebidas (energéticas/gaseosas/aguas)
Combis	Kits entrenamiento	Conjunto Deportivo (hombre)	Redes Sociales	Medallas	-	-
-	-	-	Cámaras (falso vivo)	Credenciales (staff)	-	-
-	-	-	Computadoras (edición)	-	-	-

PERSONALES			
SEGURIDAD	SALUD	PERSONAL DE LA CANCHA	DIGITAL
Policías	Camilleros	Utileros / Asistentes	Community Manager
Bomberos	Personal Médico	Árbitros	Community Manager (por zona)
	Enfermeros	Ayudante de campo/Cancheros	Fotógrafos
		Staff	
		Alcanza Pelotas	
		Entrevistadores	
		Presidenta	
		Vicepresidenta	
		Tesorera	

FUENTES DE INGRESO

Las fuentes de ingreso a utilizar serán las siguientes; en primer lugar, contaremos con la venta de entradas para aquellas personas que decidan y quieran ver el partido de forma presencial y de dicha manera poder alentar a su equipo desde el minuto cero. En segundo lugar, contaremos con la ayuda de sponsors y del Gobierno, ellos van a ser una gran parte de ayuda para el torneo ya que contamos con un ingreso financiero mayoritario, y en tercer lugar contamos con las visualizaciones por televisión y canales de streaming.

Consideramos que cada una de las entradas vendidas tendrán un valor de \$1.850 pesos argentinos si se compran por la página web y un valor de \$2.450 pesos argentinos, si se compran en puerta. Por esta razón calculamos que, al finalizar el torneo, contaríamos con un total de 18.500 personas, las ganancias obtenidas en el primer año serían de \$31.820.000 pesos argentinos y \$37.000 dólares.

PROYECCIÓN DE VENTA

Teniendo en cuenta las ganancias que podríamos obtener, calculamos vender en total 500 entradas por partido. Por otro lado, calculamos la cantidad de espectadores por mes, es decir, sabiendo la cantidad de partidos y espectadores pudimos calcular que esperan 4000 espectadores en octubre, 6000 espectadores en noviembre y 8000 espectadores en diciembre.

Unidad de negocio	80%	90%	100%
Cantidad de espectadores	4.000	6.000	8.000

La Copa Pioneras llevo a cabo los siguientes resultados en cuánto al presupuesto financiero estimado:³

VAN: \$57.552.511,34 pesos argentinos y \$27.228,54 dólares

TIR: es del 45%

PAYBACK: en el primer año es de -\$95.780.070,33 pesos argentinos y -\$57.960,29 dólares
en el segundo año -\$40.412.373,96 pesos argentinos y -\$27.685.91 dólares
en el tercer año \$84.399,882,31 pesos argentinos y \$41.978,46 dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO: 46%

³ Anexo → 31- COPA PIONERAS- PRESUPUESTO FINAL

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Copa Pioneras se rige bajo AAFEM, que es una asociación sin fines de lucro formada en la Argentina y está conformada por tres socias fundadoras: María Belén Ameijeiras, Yasmín Kanneman, Violeta Ovando. A su vez, Copa Pioneras contará con un equipo encargado de la comunicación, la producción y la comercialización a lo largo de todo el torneo. Los cargos dentro de la organización se dividen de la siguiente manera:

VIOLETA OVANDO – PRESIDENTA

Una de las fundadoras de la Copa Pioneras, estudiante de la Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento. Es la figura principal de AAFEM, persona que irá en representación de toda la asociación en los diversos momentos que atravesare el torneo, y también fuera de él. Ya sea en actos públicos, conferencias o legales y sobre todo hacer cumplir los acuerdos o contratos.

YASMÍN KANNEMAN – VICEPRESIDENTA

Cofundadora de Copa Pioneras, estudiante de la Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento. Será nombrada la figura que sustituirá a la presidente en cualquier acto público o privado en el cual ella no pueda asistir.

MARÍA BELÉN AMEJEIRAS – TESORERA

Fundadora de Copa Pioneras, estudiante de la Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento. Será la encargada de llevar a cabo los gastos que surjan del torneo. Estará a cargo en la etapa de preproducción donde se evaluarán todos los presupuestos y cotizaciones correspondientes, y además será la encargada de reservar y definir los venues en conjunto con el resto del equipo.

Como ya fue mencionado anteriormente, el torneo tendrá lugar en distintas localidades a lo largo de la provincia de Buenos Aires, por lo que necesitamos establecer al menos 5 representantes que residan en las áreas establecidas, para establecer un nexo directo entre las organizadoras del torneo y el lugar donde se va a desarrollar el mismo. Estos representantes, van a tener un rol de delegados que trabajarán en conjunto para ayudar a definir con criterio y conocimiento del lugar las locaciones, a las personalidades de las ciudades/pueblos que estarán presentes en los días de partido (entre ellos: médicos, árbitros, alcanza pelotas, presidentes de los clubes, colaboradores, cancheros, etc.), los alojamientos para las jugadoras, el transporte y demás.

Estos delegados podrán tener la oportunidad de ser parte de Copa Pioneras y representar a su región mediante un voluntariado, que les dará la posibilidad de ser parte de un nuevo proceso en el fútbol femenino en el interior del país. Para ser parte del torneo deberán inscribirse en la página donde también se realizan las inscripciones de los equipos, cumpliendo con los términos establecidos por AAFEM.

La Copa Pioneras se rige por el reglamento oficial de la AFA, por lo que, en cada partido de cada municipio, contaremos con personal de seguridad, ambulancias equipadas con los objetos correspondientes y médicos, que estarán presentes en todos los partidos.

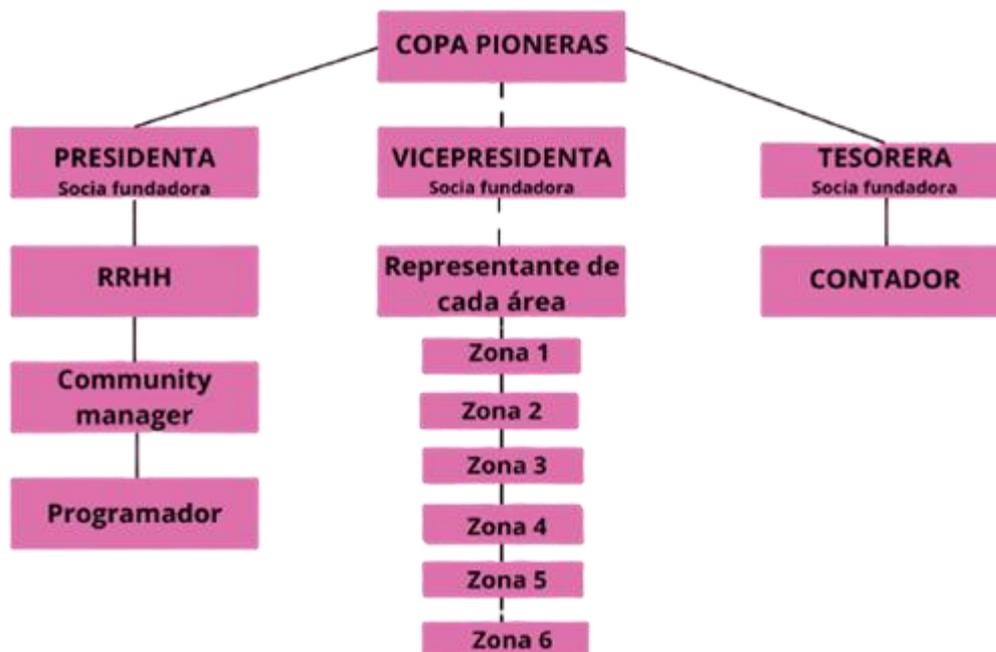
También contamos con asistentes, utileros y cancheros -en cada área- que estarán participando activamente en sus respectivos clubes, para la puesta a punto de los partidos.

En la comunicación contaremos con un Community Manager, encargado de manejar las distintas redes sociales de la Copa Pioneras. Al comenzar el evento contaremos con un CM en cada zona (6), para que en cada partido se cree contenido que podamos utilizar para la difusión del torneo.

Como el reglamento lo indica, cada partido cuenta con 4 árbitros, que serán elegidos en cada zona por la liga de fútbol que los represente. Estas ligas locales tendrán conocimiento de cuáles son los árbitros/as que desempeñan actividad en torneos anteriores al nuestro, por lo que nuestros delegados se comunicarán directamente con cada liga local y después nos transmitirán dicha información.

Por último, habrá fotógrafos en todos los partidos capturando los momentos celebres de las jugadoras. Como anteriormente fue aclarado, los delegados de las áreas determinarán las/los fotógrafos de cada zona, eligiendo a los más destacados en su labor.

ORGANIGRAMA



PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

OBJETIVOS

Nuestros objetivos para cumplir a corto plazo es llegar al 20% de la audiencia en las redes sociales en el mes de junio a diferencia del mes de mayo del 2024. Creemos que, hoy en día, las redes sociales cumplen un rol fundamental para dar a conocer el torneo, es por esto por lo que invertimos en Community Manager y un cronograma.

Nuestro objetivo a largo plazo es que con mayor número de visualizaciones la AFA lo establezca como un torneo oficial e invierta en Copa Pioneras y se establezca como parte de una misma asociación, para así poder estar en cada una de las provincias de Argentina

Tanto los medios digitales como tradicionales comenzarían a brindar información sobre el torneo un mes antes de que se abran las inscripciones. Cada una de ellas contará con la información del torneo y se adaptará el mensaje a cada aplicación debido al público de cada una.

MEDIOS DIGITALES

Copa Pioneras es un torneo de fútbol, el cual tiene por una parte una audiencia joven, por este motivo consideramos que el uso de las redes sociales como medio de comunicación sería exitoso ya que la mayoría de ellos no sólo utilizan las redes como forma de ocio, sino que también de forma informativa para poder enterarse de las últimas novedades.

De forma ejemplificadora, elegiremos a una figura pública que sepa y esté en el ámbito del fútbol para que hable sobre el torneo y brinda sus conocimientos en el tema.

A su vez todas las aplicaciones contarán cuándo y dónde se realizará el torneo, quienes participarán, los horarios de los partidos, los resultados de cada partido, el fixture, de qué trata Copa Pioneras, entre otras cosas. Utilizaremos las redes para brindar información y para responder todas las consultas que tengan las personas.

Queremos tener un mismo patrón en todas nuestras redes sociales, como es el caso de los tonos violeta, la tipografía y los stickers o emojis utilizados, para que de esa manera cada una de las personas que consuman nuestro contenido puedan diferenciarnos de otras páginas u otros torneos.

Otro medio de comunicación digital con el que contaremos es nuestro propio canal de streaming en donde se podrán ver, los programas tanto en vivo como en grabado y a su vez contarán con material inédito en cada una de sus presentaciones.

SITIO WEB DE COPA PIONERAS

Contamos con una página web donde las jugadoras y equipos podrán anotarse al torneo. Además, contamos con secciones de fotografía, información de las jugadoras, información del torneo, contacto y más.

REDES SOCIALES

INSTAGRAM: Junto con los Community Manager, estaremos mostrando el desarrollo de todos los partidos, la vida de los jugadores, brindaremos información, etc. Las personas podrán contactarnos a través de @copapioneras. Se subirán a la plataforma posteo, reels, historias e información.



X: Todos los partidos contarán con un hashtag para que las personas den su opinión y alienten al equipo que quieran ver ganador. A su vez, contaremos con una cuenta llamada copa pioneras donde estaremos posteando las noticias y links de las notas.



TIK TOK: Mediante nuestra cuenta @copapioneras mostraremos videos de la preparación de cada partido, pequeñas entrevistas al público, relatos de vida de las jugadoras y más.



INFLUENCERS: Referentes del fútbol, figuras del momento y referentes de productos femeninos realizarán acciones promocionando el torneo. Contrataremos a Agustina Vidal, Davoo xeneize, El Trinche, Dadata, Sofía Martínez, Chopa Montoya, Angela Lerena, entre otros.

Harán una historia promocionando el torneo y llevaremos a 3 influencers a la final para que realicen la cobertura.

MEDIOS TRADICIONALES

Como ya hemos mencionado anteriormente, contamos con un target muy amplio en edad, por dicho motivo separamos lo que es la difusión de información a través de las redes sociales y los medios tradicionales ya que consideramos que, de dicho modo, la convocatoria va a ser más amplia.

Los medios tradicionales, como son la televisión o la radio, la pensamos para nuestro público mayor de 30 años o para aquellas personas que consumen de manera más frecuente estos medios. De esta manera contaremos con la difusión de la audiencia de un modo más tradicional como es el “en boca en boca” y así poder llegar a todos los lugares de la provincia.

Radio: Realizaremos varias notas en las radios locales de cada zona para dar a conocer el torneo y captar la atención de las personas que viven cerca. En cada espacio publicitario pondremos un aviso del torneo para que las jugadoras se anoten. También contaremos con publicidad cuando se realice el torneo para que las personas asistan a los partidos. Por último, cuando se realice la final los 2 equipos finalistas darán una nota en su radio local contando cómo llegaron a esa instancia, como es el torneo e invitando a las personas a participar.

Por ejemplo, en Lincoln la publicidad saldrá al aire por “Super FM”.

Televisión: Realizaremos notas en los canales de deportes como TYC sports y fox sports para dar a conocer el torneo. También daremos una nota en el noticiero de Telefé y canal 9. Así llegaremos a más audiencia y las personas que no sean del interior podrán ver el partido y seguir el torneo. Por otro lado, contaremos con publicidad en el canal donde se transmitirán los partidos.

Diario: aquellos que son destinados al deporte como es el caso del diario OLÉ, también en la sección de clasificados con una publicación de media página y por último con las coberturas de cada localidad en la cual se llevará a cabo una parte del torneo. La información que se brindará estará en un zócalo que incitara sobre la página, en donde podrán encontrar más información e inscribirse y al torneo.



SPONSORS

Nuestra meta a futuro es contar con la ayuda de los sponsors y que nos brinden una ayuda económica para poder realizar el torneo. Pensamos en sponsor que se relacionan con el fútbol femenino y actualmente están trabajando con la AFA.

Posibles sponsors: Sancor Seguros – Havanna – ACF – Gatorade - Banco Galicia

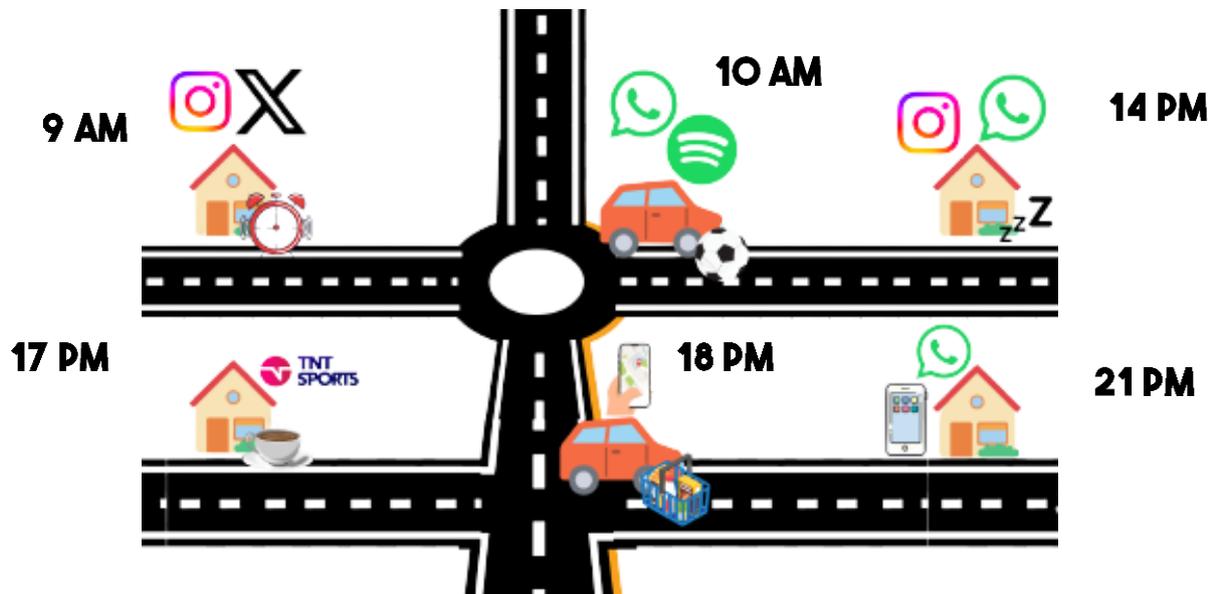
COSTUMER JOURNEY – JUGADORA

Juana tiene 22 años. Vive junto a su familia en Lobos, Provincia de Buenos Aires. Todos los sábados se despierta a las 9 am., lo primero que hace al despertar es prepararse el desayuno (café con leche + frutas + tostadas integrales), mientras que desayuna le gusta revisar Instagram y Twitter para enterarse de los hechos recientes y las noticias de fútbol que ocurrieron durante la noche anterior, y las fechas que van a jugarse el fin de semana.

Practica fútbol desde hace 4 años, y todos los sábados juega para Defensores, un club de la liga de su ciudad. Cuando termina de desayunar, lo primero que hace es cambiarse e ir al club a encontrarse con su equipo para tener la charla técnica. Tiene 40 minutos de viaje, y en el trayecto (va en su propio auto) escucha la lista de Top 50 de Spotify, que la ayuda a mantenerse motivada. La noche anterior, miró en youtube jugadas preparadas de equipos europeos, y leyó las recomendaciones de su entrenador en el grupo de whatsapp. Cada partido tiene 2 tiempos de 35 minutos, una vez finalizado se concentran con su equipo para charlar sobre lo sucedido. Se baña en las duchas del club, y retorna a su casa con una compañera que vive cerca de su departamento. A todo esto, ya son las 2 de la tarde, y decide dormir una siesta con su gato.

Cuando se levanta, chequea sus redes sociales otra vez, y ve la tabla de posiciones que subieron a Instagram desde la Liga de su club para ver como quedaron posicionadas, se comenta en el grupo interno de whatsapp. Merienda junto a su familia mirando un partido de la Liga Profesional de Fútbol en TNT Sports, y después acompaña a su mamá al Jumbo a hacer las compras semanales. En el medio, se topa con publicidades de VISA sobre el Mundial de Fútbol Femenino, y le llama la atención ya que no hay mucha diversidad de información sobre el tema. Vuelve charlando con su

mamá sobre el partido, y organiza la noche de sábado con sus amigas que no son del club de fútbol. Necesita despejarse ya que no tuvo una buena performance en el partido de la fecha.



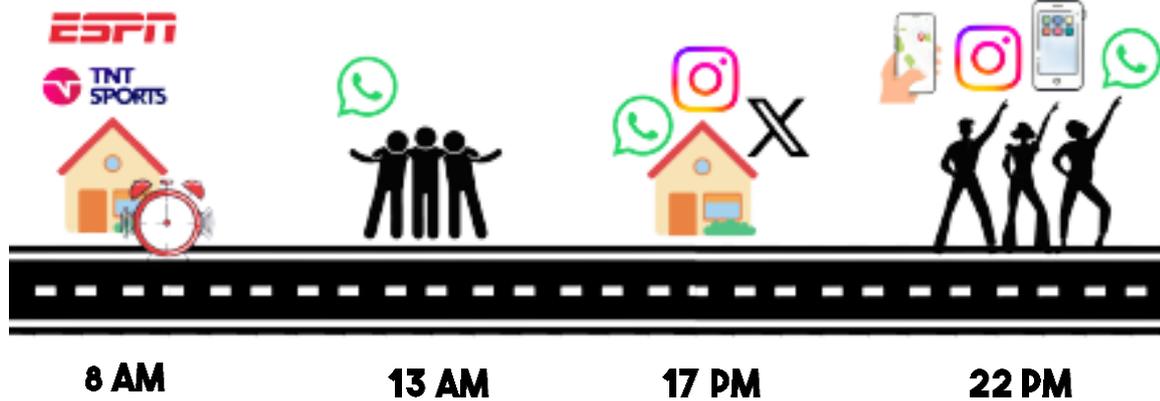
COSTUMER JOURNEY – ESPECTADOR

Santiago tiene unos 30 años. Él vive en la Ciudad de Aires hace ya un par de años, pero toda su familia es del interior del país, para ser más precisos son de Facundo Quiroga.

Él tiene una rutina muy estructurada para los sábados. En primer lugar, se despierta a las 8:00 am, ya que como es su único día libre del trabajo, le gusta realizar tareas que durante la semana no puede hacer, ya que su trabajo como profesor de educación física en un colegio no se lo permite. Luego de despertarse se prepara un desayuno proteico en el cual incluye avena, banana y un café a su vez en dicho momento prende la televisión para poder informarse sobre cómo estuvo el fútbol esa semana, le encanta mirar los canales TYC Sports y ESPN. Después del desayuno se arregla y se prepara para salir a caminar por su barrio y pasar por la casa de unos amigos para poder almorzar y ver el partido de la selección de Quiroga de fútbol femenino de allá porque juega su hermana Sofía.

Él regresa a su casa aproximadamente a las 5:00 pm y en dicho momento le gusta sentarse en su sillón y revisar las redes sociales, principalmente Instagram, ya que allí se entera de las noticias más actuales sobre el deporte y luego Twitter en donde ve de forma más recreativa algunas escenas emblemáticas de goles. En ambas redes sigue a cuentas como @AFFA, @tycsports, @diario.ole, @abemusfutbol @futbolargento @gastonedul

Ya llegada la noche a las 10:00 pm se baña, para luego poder cenar y salir con sus amigas para poder festejar la victoria de su hermana Sofía.



CALENDARIO

Comenzaremos la campaña en abril para dar a conocer las inscripciones. Además, se crearán las redes sociales del torneo. Comenzaremos publicitando en las redes para incentivar a los equipos a anotarse. También haremos 2 pautas en la radio de las zonas para que las jugadoras se inscriban.

En el mes de agosto iniciaremos la compra de entradas para las personas que quieran asistir a la cancha. Por esta razón estaremos brindando información a través de las redes sociales varios días a la semana.

En septiembre continuaremos la campaña mediante las redes sociales. Sumaremos 3 pautas en la radio.

El torneo se realizará en el mes de noviembre 2024, es por esto que comenzaremos a promocionarlo un mes antes para que las personas se enteren de la llegada del torneo.

El martes primero de octubre del 2024 seguiremos promocionando en las redes sociales, radio, televisión y vía pública.

En cuanto a las redes estaremos dando información todos los días. Día a día informaremos sobre los equipos, jugadoras, reglas, seguridad, fixture de los equipos, etc.

En la televisión haremos campaña los sábados en los medios mencionados anteriormente. En la vía pública colocaremos un cartel en la ruta desde el 19 de octubre. El cartel contará con información de dónde se podrá ver y la fecha. Por último, en la radio contrataremos publicidad los viernes.

En noviembre, mes en el que comienza el torneo, seguiremos informando a través de las redes sociales durante todo el mes. También transmitiremos el programa por la televisión y habrá notas especiales en los diferentes programas ya mencionados. Los influencers estarán subiendo todo el contenido a sus redes y se podrán ver mediante nuestras redes sociales. Haremos 3 pautas en la radio y por último seguiremos invirtiendo en la vía pública durante todo el mes.

MIEMBROS DE EQUIPO

CONTACTO

MARÍA BELÉN AMEIJERAS

mabelu2012@gmail.com | 11-6267-4626

YASMIN MORENA KANNEMAN

ykanneman@gmail.com | 11-3330-9940

VIOLETA OVANDO

ovandovioleta4@gmail.com | 2317-504500

BIBLIOGRAFÍA

El presente caso fue desarrollado utilizando las siguientes fuentes de información

- *Adrian_Redi. (s. F.). Estadios de Argentina. Estadios de Argentina.*
<https://www.estadiosdeargentina.com.ar/>
- *Asociación del Fútbol Argentino Boletín Especial nº 6230 reglamento de los campeonatos de fútbol femenino de primera división "a" 2023. (2023). En Reglamento De Futbol Femenino De Primera.*
<https://www.afa.com.ar/upload/6230%20boletin%20X%20reglamento%20f%c3%batbol%20femenino%20primera%20a%202023.pdf>
- *Garton, G. (S. F.). Guerreras. Capital Intelectual*
- *Lichinizer, D. (2022, 30 Junio). Cuánto Ganan Las Jugadoras Del Fútbol Argentino: Quiénes Son Las Figuras Y Cuánto Cobran. TN.* <https://Tn.Com.Ar/Deportes/Futbol/2022/06/30/El-Salario-De-Las-Jugadoras-De-Futbol-En-Argentina-Son-Profesionales-Per-No-Cubren-La-Canasta-Basica/>
- *Mochón, S. (2023, 19 Julio). El Mundial De 2023 Y La Brecha Salarial Del Fútbol Femenino. As.com.* https://as.com/futbol/2023/07/19/reportajes/1689786195_144564.html
- *Redirect Notice. (2023, 1 Septiembre).*
<https://www.google.com/url?q=https://www.infobae.com/Espana/2023/09/01/Cuanto-Cobran-Las-Futbolistas-En-El-Limite-Del-Salario-Minimo-Interprofesional/%23:-:Text%3dsi%2520bien%2520el%2520salario%2520m%25C3%25adnimo,Los%2520182.000%2520euros%2520brutos%2520anuales&Sa=D&Source=Docs&Ust=1694125210952680&Usg=Aovvaw1v1iqq8ufb7g15geqt4-GL>
- *YPF Renueva El Patrocinio Del Fútbol Femenino Y Reconocen A Jugadoras De La Selección Argentina | El Femenino. (s. F.).* <https://elfemenino.com.ar/es/ypf-renueva-el-patrocinio-del-futbol-femenino-y-reconocen-a-jugadoras-de-la-seleccion-argentina/>
- *YPF Sponsor Oficial Del Campeonato Femenino De Fútbol | El Femenino. (s. F.).*
<https://elfemenino.com.ar/es/ypf-sponsor-oficial-del-campeonato-femenino-de-futbol/>

Mujeres en viviendas particulares por departamento, partido

24 Partidos del Gran Buenos Aires	Total Mujeres	Porcentaje de Mujeres
Almirante Brown	301.779	51,70%
Berazategui	186.255	51,71%
Esteban Echeverría	174.468	51,55%
Ezeiza	102.703	51,23%
Florencio Varela	250.192	51,10%
General San Martín	233.690	52,27%
Hurlingham	97.118	52,01%
Ituzaingó	92.708	52,21%
José C. Paz	165.831	51,27%
La Matanza	950.847	51,85%
Lanús	242.328	52,61%
Lomas de Zamora	359.231	51,96%
Malvinas Argentinas	180.317	51,46%
Merlo	289.729	51,51%
Moreno	293.251	51,14%
Morón	175.565	52,81%
Quilmes	329.672	51,99%
San Fernando	89.879	52,37%
San Isidro	157.584	52,97%
San Miguel	168.569	51,73%
Tigre	229.822	51,54%
Tres de Febrero	191.265	52,45%
Vicente López	149.903	53,20%
	4.987.375	

Resto de partidos de la Provincia de Buenos Aires

Adolfo Alsina	8.773
Adolfo Gonzales Chaves	6.596
Alberti	6.491
Arrecifes	16.703
Ayacucho	11.170
Azul	38.804
Bahía Blanca	173.210
Balcarce	26.388
Baradero	19.395
Benito Juárez	10.911
Berisso	52.437
Bolívar	19.138
Bragado	23.018
Brandsen	16.824
Campana	55.161
Cañuelas	36.139

Capitán Sarmiento	8.184
Carlos Casares	11.891
Carlos Tejedor	6.549
Carmen de Areco	8.679
Castelli	5.341
Chacabuco	27.275
Chascomús	21.899
Chivilcoy	36.736
Colón	14.001
Coronel de Marina Leonardo Rosales	34.261
Coronel Dorrego	8.228
Coronel Pringles	12.482
Coronel Suárez	21.702
Daireaux	9.715
Dolores	16.104
Ensenada	33.214
Escobar	130.411
Exaltación de la Cruz	19.849
Florentino Ameghino	4.945
General Alvarado	23.339
General Alvear	5.174
General Arenales	8.174
General Belgrano	10.928
General Guido	1.587
General Juan Madariaga	11.980
General La Madrid	5.911
General Las Heras	8.977
General Lavalle	2.487
General Paz	7.238
General Pinto	6.170
General Pueyrredón	355.574
General Rodríguez	72.450
General Viamonte	10.268
General Villegas	16.867
Guaminí	5.959
Hipólito Yrigoyen	5.312
Junín	51.563
La Costa	52.777
La Plata	399.339
Laprida	5.984
Las Flores	13.762
Leandro N. Alem	8.941
Lezama	3.181
Lincoln	22.887
Lobería	9.109
Lobos	21.428
Luján	56.749
Magdalena	11.543
Maipú	5.980
Mar Chiquita	16.795

Marcos Paz	33.043
Mercedes	37.009
Monte	12.378
Monte Hermoso	4.413
Navarro	10.324
Necochea	54.353
9 de Julio	27.267
Olavarría	63.311
Patagones	19.100
Pehuajó	22.027
Pellegrini	3.502
Pergamino	59.193
Pila	2.323
Pilar	200.981
Pinamar	20.162
Presidente Perón	52.133
Puán	8.216
Punta Indio	6.222
Ramallo	19.900
Rauch	8.648
Rivadavia	9.912
Rojas	13.040
Roque Pérez	7.142
Saavedra	11.086
Saladillo	18.261
Salliqueló	5.010
Salto	20.337
San Andrés de Giles	13.288
San Antonio de Areco	13.622
San Cayetano	4.875
San Nicolás	84.431
San Pedro	35.588
San Vicente	50.265
Suipacha	6.026
Tandil	77.479
Tapalqué	5.493
Tordillo	1.276
Tomquist	7.326
Trenque Lauquen	24.451
Tres Arroyos	32.022
Tres Lomas	4.366
25 de Mayo	18.724
Villa Gesell	19.873
Villarino	16.418
Zárate	67.612
	<hr/>
	3.423.485,00

o comuna, en porcentaje. Total, del país. Año 2022

REGLAMENTO AAFFEM

ÍNDICE

.....	0
.....	0
REGLAMENTO AAFEM.....	0
INFORMACIÓN	2
ORGANIZACIÓN	2
BASES Y CONDICIONES	2
PREINSCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS	2
CANCHA DE FÚTBOL.....	2
EQUIPO.....	2
CONDUCTA	3
OBLIGATORIEDAD	3
INDUMENTARIA.....	3
SUSPENSIÓN.....	3
DEL PARTIDO.....	3
PARTIDOS	3
INICIO	3
SISTEMA DE PUNTUACIÓN.....	4
DESEMPATE DE PUNTUACIÓN	4
CAMBIOS	4
PROHIBICIONES	4
COMUNICACIÓN	5
DIFUSIÓN.....	5
RECLAMOS	5

INFORMACIÓN

ORGANIZACIÓN

- AAFEM (Asociación Argentina de Fútbol Femenino)
- Organizadores, veedores y fotógrafo en los partidos
- Árbitros
- Médico en la cancha y servicio de emergencias del predio (ambulancias, enfermeras)
- Premios
- Sitio web y redes sociales con toda la información actualizada contantemente

BASES Y CONDICIONES

Cada jugadora en el momento de la inscripción para la participación del torneo, firmaran con AAFEM la participación y la aceptación de pleno total y cada una de las disposiciones de las bases y condiciones pautadas en el reglamento.

En caso de ocurrir lesiones en las jugadoras AAFEM no se hará responsable de los daños sufridos por la/las jugadoras.

PREINSCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS

- Los equipos que cumplan con estos requisitos podrán confirmar su incorporación al torneo con los siguientes requerimientos.
- Cada equipo contara con 22 mujeres entre las jugadoras y las suplentes
- Para poder participar del torneo previamente deberás estar inscripta en nuestra página web y haber cumplido con cada una de las bases y condiciones
- Deberán contar con un nombre como equipo, para poder diferenciar a cada uno de los grupos.
- También se pedirá información personal de cada una de las jugadoras.

CANCHA DE FÚTBOL

- Cada torneo se jugara en cancha de fútbol 11 y en césped.
- Cada una de las canchas están divididas en seis (6) áreas a lo largo de la Provincia de Buenos Aires, las cuales cuentan con todas las necesidades necesarias para su funcionamiento.

EQUIPO

Para cada uno de los equipos inscriptos contarán con medios de transporte, con el cual podrán movilizarse por las diversas áreas, desde los lugares de alojamiento a las

canchas o mismo a los entrenamientos. Todos estos medios están asociados con AAFEM.

CONDUCTA

Aquella persona o grupo dentro del equipo que realicen acciones violentas físicas o verbales (con una jugadora de su equipo, de otro equipo, árbitro, staff o espectador). Será/n sancionadas por su/sus conductas.

- Quita de puntos
- Suspensión del partido (expulsión parcial)
- Expulsión definitiva

OBLIGATORIEDAD

INDUMENTARIA

- Camisetas iguales para cada una y enumeradas
- Botines con taponos
- La arquera debe tener un color diferencial con el equipo y los rivales
- El árbitro podrá decidir realizar un sorteo en el caso de que ambos equipos lleven el mismo color de camiseta, para que algún equipo utilice pechera

SUSPENSIÓN

DEL PARTIDO

AAFEM puede decidir la cancelación de un partido por cuestiones climáticas ya que de dicho modo este podría afectar el desarrollo del partido. De dicho modo la Asociación tendrá que comunicarse con la capitana o DT de los equipos que jugarían en ese partido.

También se utilizarán las redes sociales, (Instagram/ X/ Página Web) del torneo para comunicar la suspensión del partido. Si no se llegara a notificar a los equipos, la Asociación decidirá que los equipos juegan con normalidad.

PARTIDOS

INICIO

Al inicio de cada uno de los partidos, el +arbitro realizara un sorteo para saber qué equipo comenzara con el saque de la pelota o seleccionando el lugar de la cancha

SISTEMA DE PUNTUACIÓN

- Partidos ganados: 3 puntos
- Partidos empatados: 1 punto
- Partidos perdidos: 0 puntos

DESEMPATE DE PUNTUACIÓN

- Diferencia de gol
- Goles a favor
- Goles en contra

Cada uno de los partidos duraran 90 (noventa) minutos, divididos en 2 (dos) tiempos con un descanso de 15 (quince) minutos entre los primeros 45 (cuarenta y cinco) minutos y los próximos 45 (cuarenta y cinco) minutos restantes.

La totalidad del torneo serán 31 partidos, divididos en 2 meses y medio, el cual comenzara en el mes de octubre, 12 (doce) partidos, el mes de noviembre, con 14 (catorce) partidos y el mes de diciembre 5 (cinco) partidos.

Cada fin de semana los sábados se jugaran dos partidos, separándolos en horarios distintos y luego se realizara un solo partido los domingos.

CAMBIOS

Cada equipo contara con 5 (cinco) cambios por equipo con una ventana de 3 (tres) por partido.

El árbitro es el responsable de poder habilitar cada uno de estos cambios. Únicamente estos cambios se realizaran cuando el partido se encuentre en pausa (como por ejemplo cuando este parado, por saque de arco, lateral o jugadora lesionada y con pelota a favor).

PROHIBICIONES

Las jugadoras tienen prohibido fumar y/o ingerir bebidas alcohólicas dentro de las canchas, antes y durante el partido. Cualquier persona de cada equipo (jugadoras, capitana, DT) tiene prohibido consumir drogas o estupefacientes antes, durante, o después del partido dentro y en las adyacencias de la sede.

COMUNICACIÓN

DIFUSIÓN

En www.AAFFEM.com | @copapioneras (En Instagram/ Tik Tok/ Twitter)

Cada una de las jugadoras, al inscribirse dan la autorización y sus derechos a mostrar su imagen en los medios de comunicación, con fines publicitarios, sitios de internet, redes sociales, medios gráficos y fotográficos.

La página web de AAFFEM es la fuente de información entre la asociación y los equipos. Por este motivo no se permitirá el desconocimiento de las condiciones y reglamentos básicos que cada uno de los equipos.

También se mostraran informes de los equipos anteriores o futuros, el horario del partido futuro, quienes son las jugadoras e información de ellas y de las árbitras.

RECLAMOS

Deberán efectuarse en forma escrita a nuestro mail: aaffem@gmail.com. La Copa Pioneras responderá en forma escrita a la capitana del equipo, dando las debidas explicaciones del caso y si correspondiera se responsabilizará por lo ocurrido.

Las sanciones pueden ser aplicadas tanto a EQUIPOS como a JUGADORAS, en este caso de ser sancionadas de forma permanente, lo que hace que esta penalidad sea aplicada sin poder participar en otro equipo del torneo

MOCKUP

ÍNDICE

INSTAGRAM.....	2
X.....	3
TIK TOK.....	4
FIXTURE.....	5
PLANTILLAS.....	5





Copa Pioneras @copapioneras
INSCRIPCIONES ABIERTAS -

COPA PIONERAS

INSCRIPCIONES

www.AAFFEM.com.ar/CopaPionerasInscripciones

AAFFEM.com.ar/CopaPionerasInscripciones
Copa Pioneras

Icons for reply, retweet, like, and share.

Promoted

CopaPioneras @CopaPioneras 08 oct.

A quién vemos en la cancha??

700 2,003 17.7K 492K



TIK TOK

The screenshot shows the TikTok profile for @CopaPioneras. At the top, there is a back arrow, the username 'CopaPioneras', a notification bell, and a share icon. Below this is a circular profile picture with the text 'COPA PIONERAS 2024'. The username '@CopaPioneras' is displayed below the profile picture. The statistics are: 0 following, 23.7K followers, and 371.1K likes. The bio reads 'Torneo de fútbol femenino' and 'Provincia de Buenos Aires'. There is a 'Seguir' (Follow) button in red and a 'Mensaje' (Message) button in grey. Below the buttons are icons for a menu and a heart. The video grid shows four videos: the first has 118.2K views, the second has 1.9M views, the third has 373.1K views, and the fourth is a black and white video with the 'COPA PIONERAS 2024' logo and 118.3K views.

FIXTURE



PLANTILLAS







DISPOSICIÓN DE LAS CANCHAS

ÍNDICE

ÁREA 1	2
CAÑUELAS FUTBOL CLUB	2
CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO LINIERS.....	3
ÁREA 2	4
CLUB ATLÉTICO SAN MARTÍN.....	4
CLUB SPORTIVO OLIMPO	5
ÁREA 3.....	6
MUNICIPALIDAD DE AYACUCHO.....	6
CLUB ATLÉTICO SAN LORENZO	7
ÁREA 4	8
CLUB ECLIPSE	8
CLUB ATLÉTICO VILLA BELGRANO	9
ÁREA 5	10
CHACARITA JUNIORS FUTBOL CLUB.....	10
SPORT CLUB MAGDALENA.....	11
ÁREA 6	12
CLUB ATLÉTICO COMPAÑÍA GENERAL	12
CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO SANTA TERESITA	13

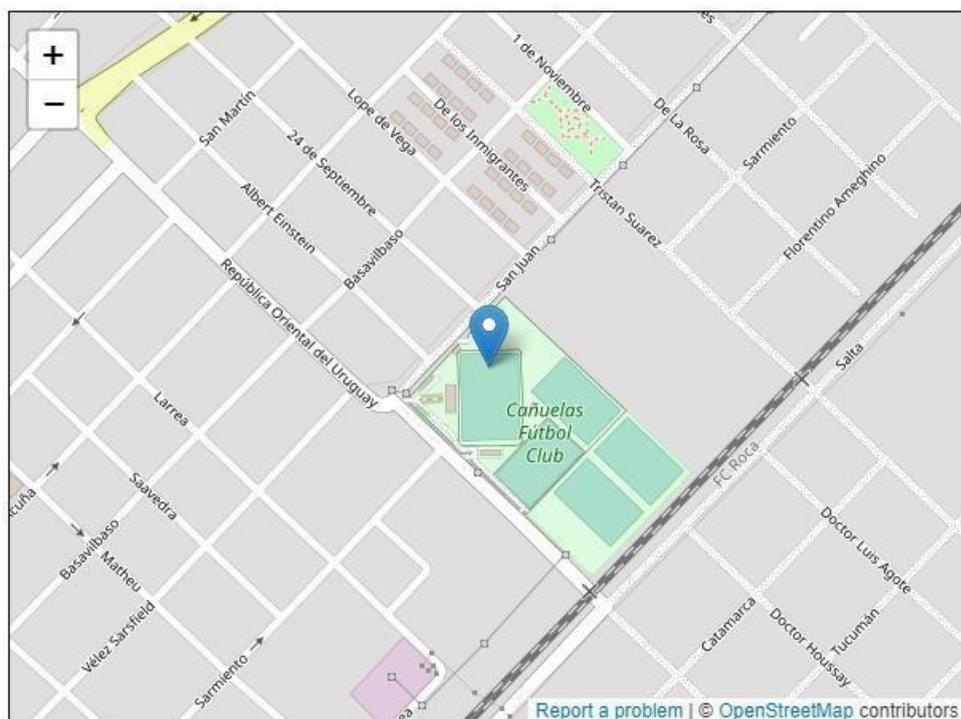
ÁREA 1



CAÑUELAS FUTBOL CLUB

DIRECCIÓN → Uruguay y San Juan- Cañuelas, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.500 personas

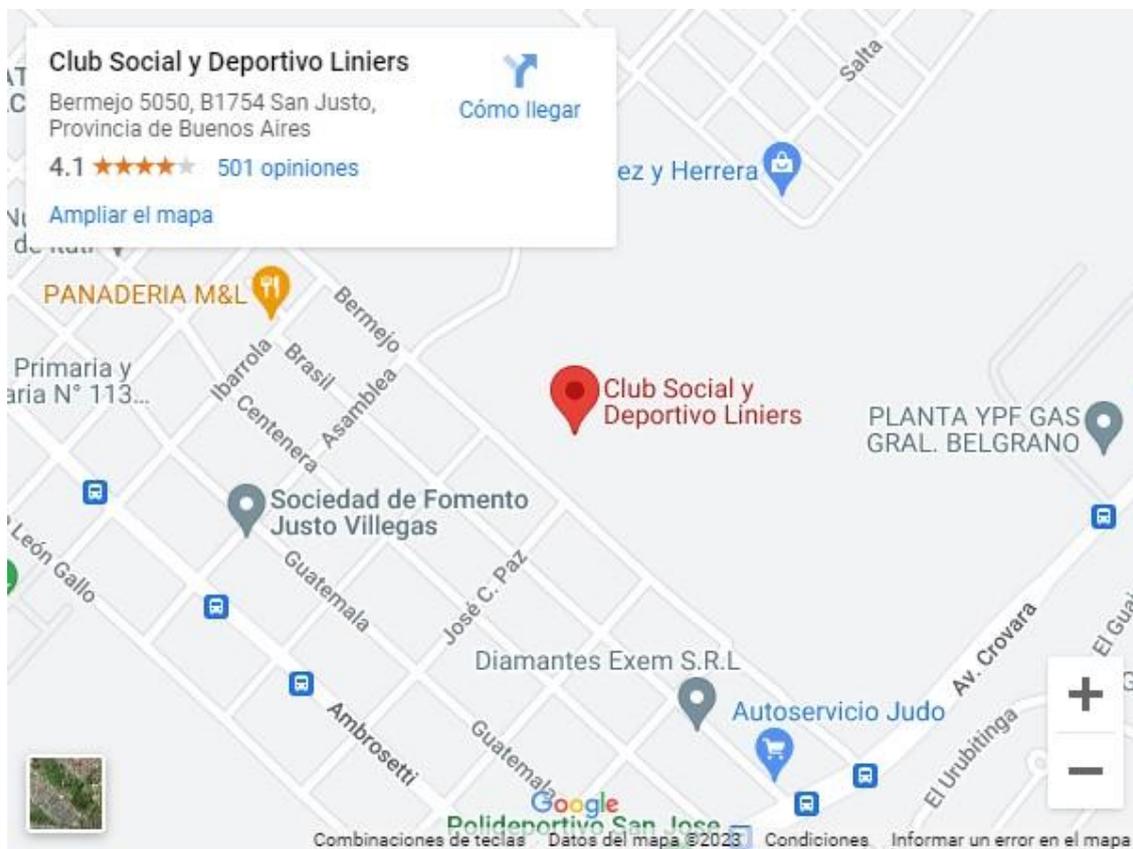


CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO LINIERS



DIRECCIÓN → Bermejo y José C. Paz – San Justo (La Matanza), Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.600 personas



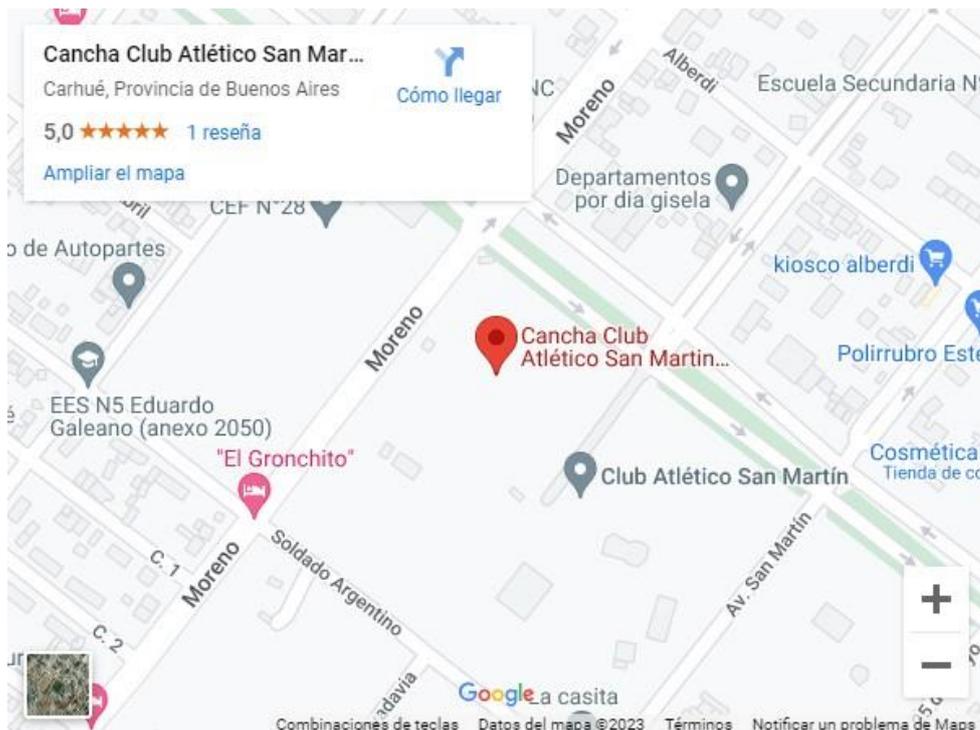
ÁREA 2

CLUB ATLÉTICO SAN MARTÍN



DIRECCIÓN → Avenida Moreno y Boulevard Julio Argentino Roca – Carhué, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 600 personas



CLUB SPORTIVO OLIMPO



DIRECCIÓN → San Juan 1250 - Tres Arroyos, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 3.000 personas

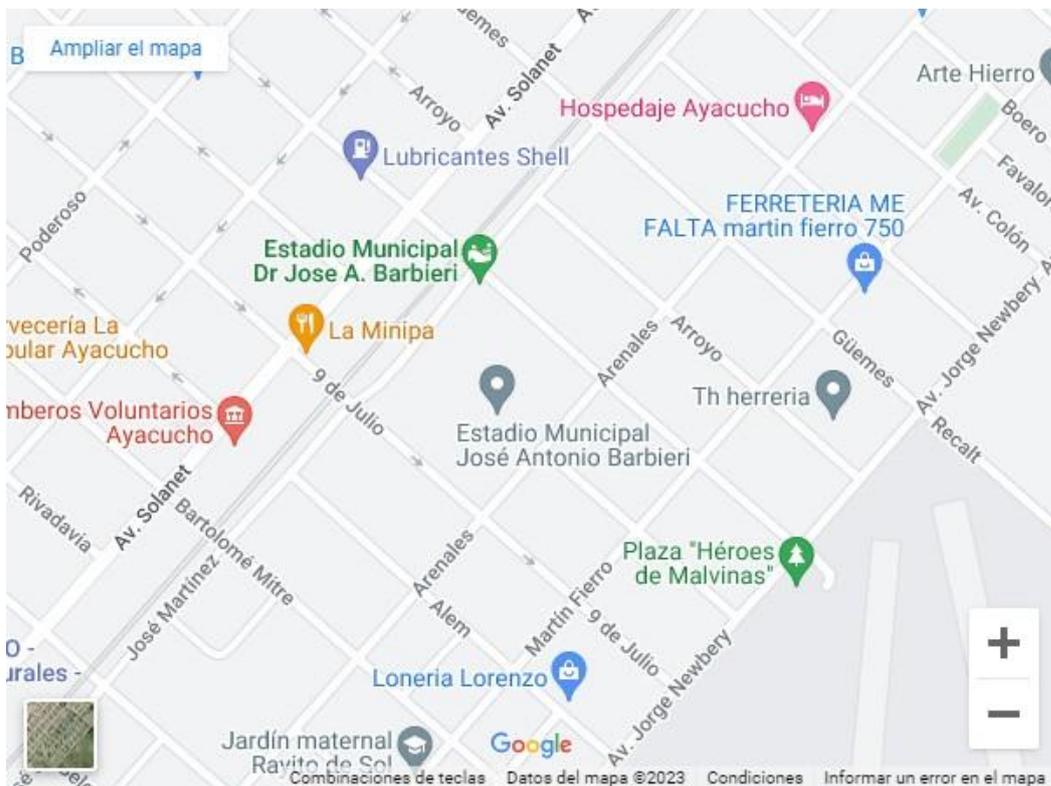


ÁREA 3

MUNICIPALIDAD DE AYACUCHO

DIRECCIÓN → Sarmiento y 1° de Mayo – Ayacucho, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.600 personas

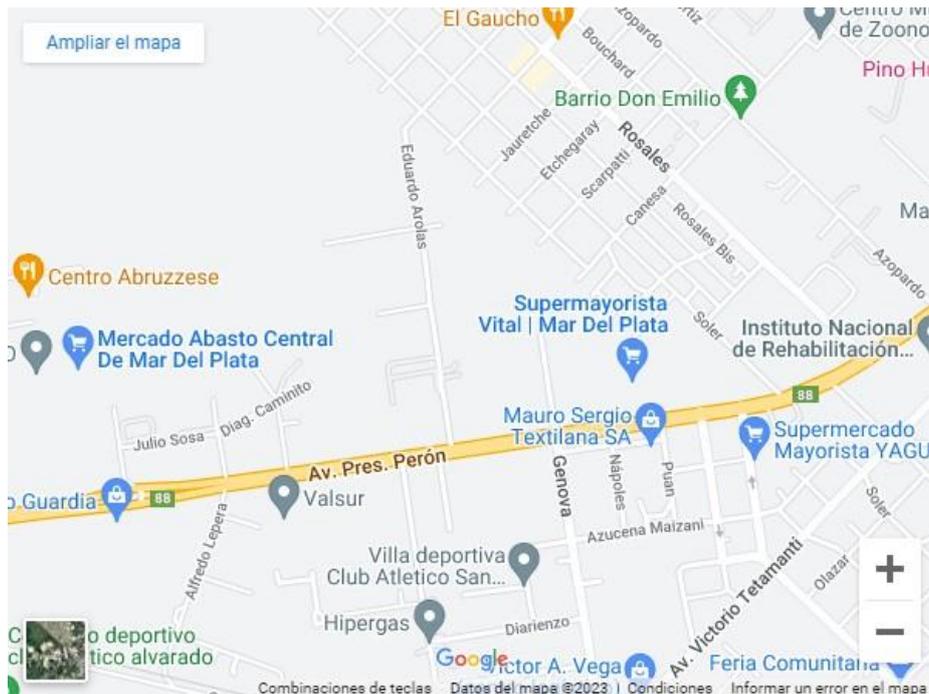


CLUB ATLÉTICO SAN LORENZO



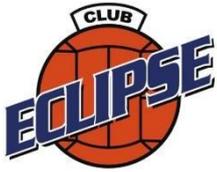
DIRECCIÓN → Juan de Dios Filiberto S/N- Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.400 personas



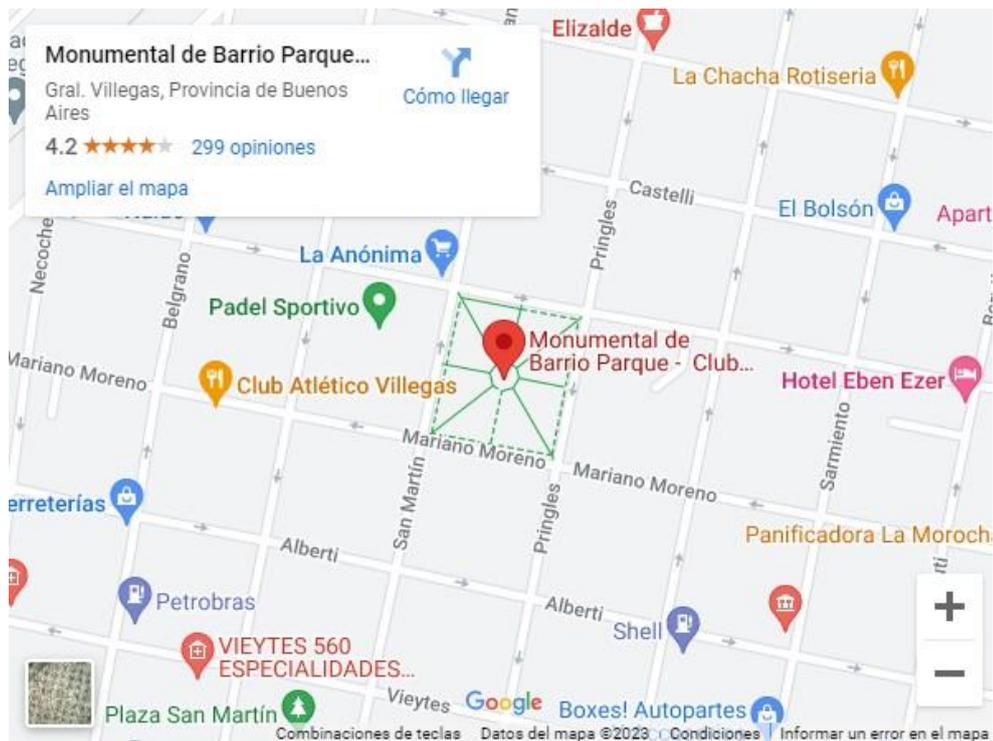
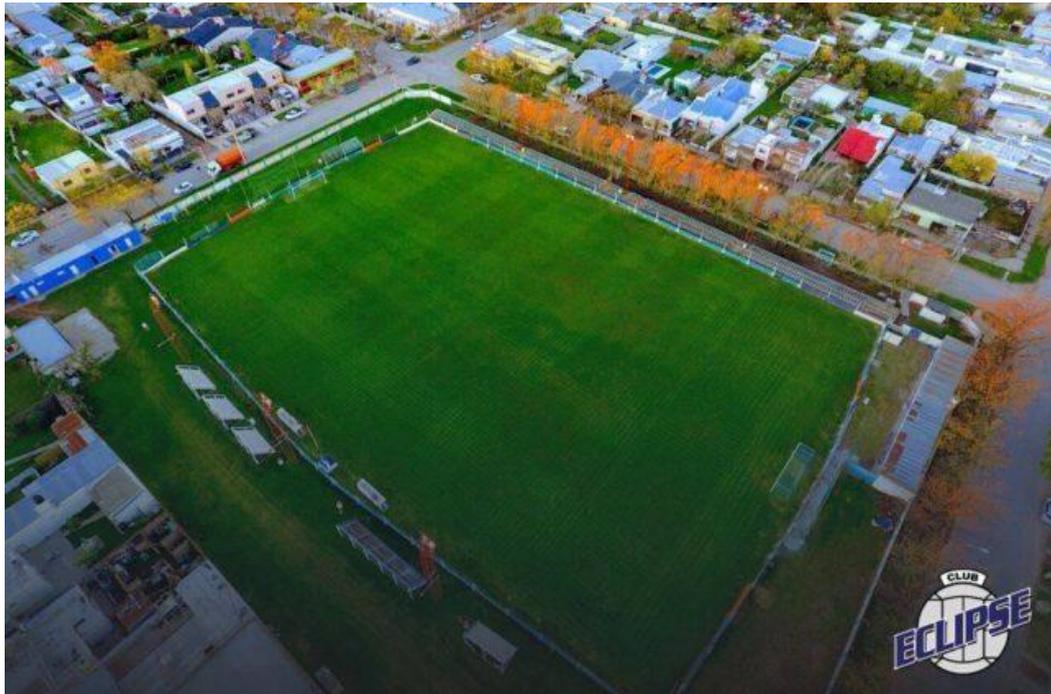
ÁREA 4

CLUB ECLIPSE



DIRECCIÓN → Berutti y Vieytes – General Villegas, Provincia de Buenos Aires

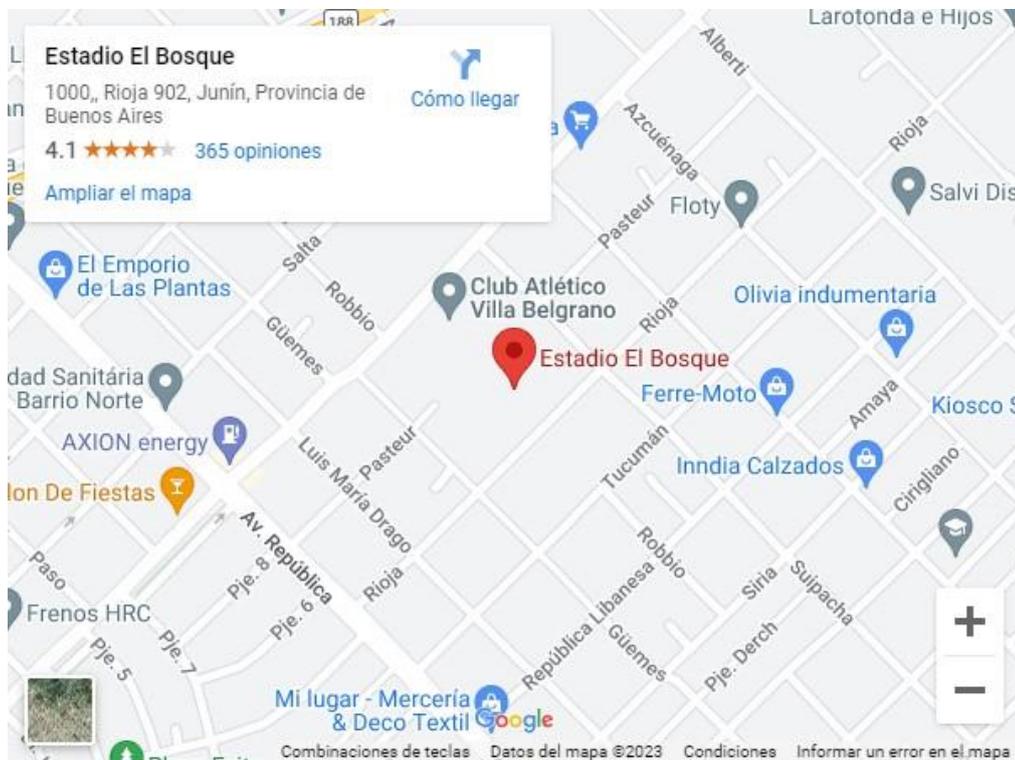
CAPACIDAD → 1.000 personas



CLUB ATLÉTICO VILLA BELGRANO

DIRECCIÓN → Avenida Libertador 900- Junín, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.000 personas



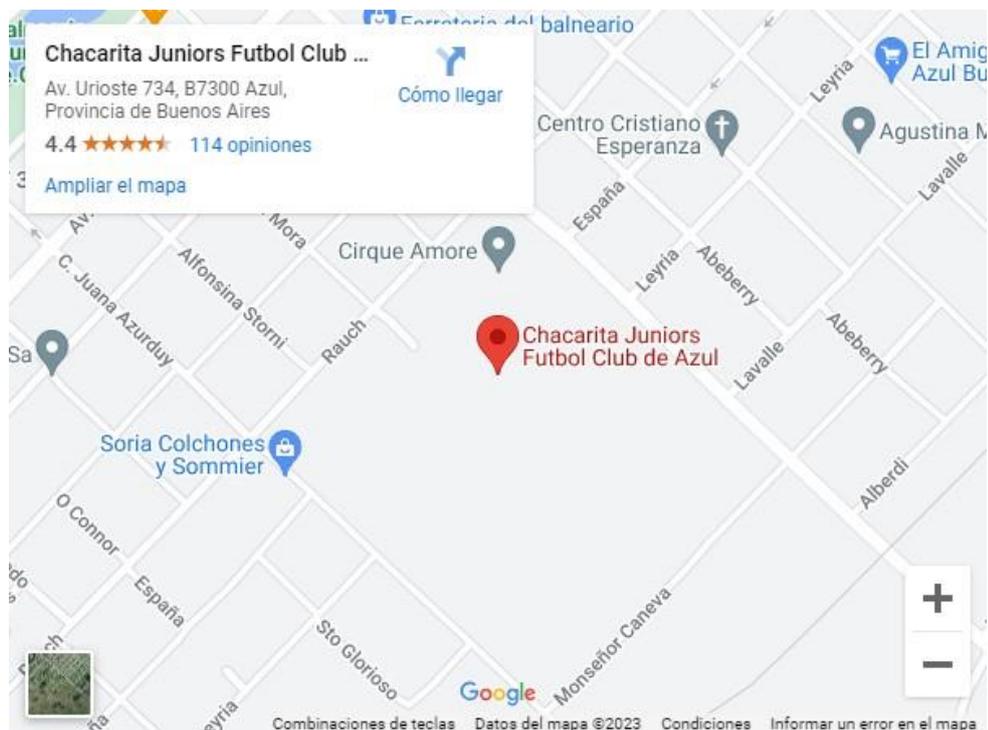
ÁREA 5

CHACARITA JUNIORS FUTBOL CLUB



DIRECCIÓN → Avenida Urioste y Rauch- Azul, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.000 personas

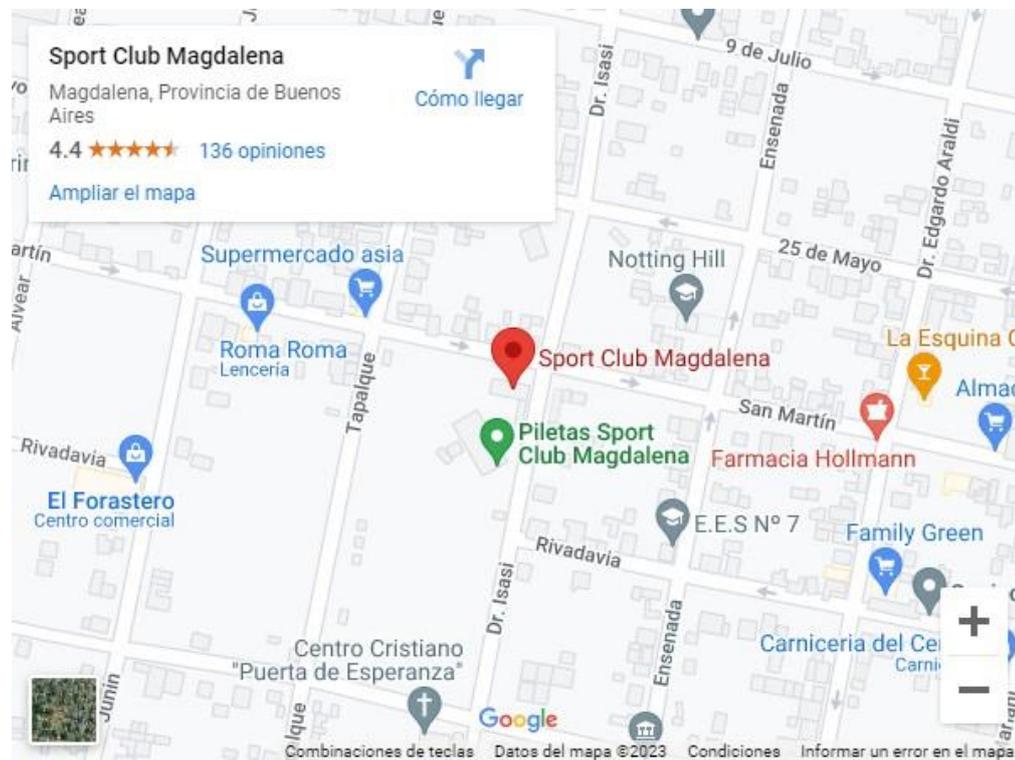


SPORT CLUB MAGDALENA



DIRECCIÓN → Doctor Isasi y Rivadavia – Magdalena, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 700 personas



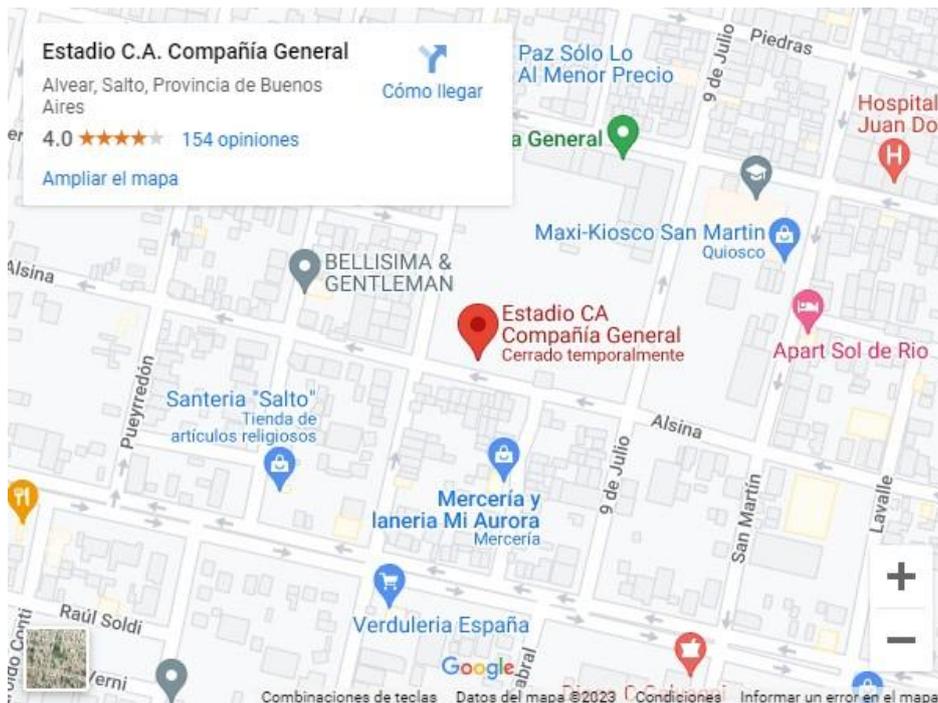
ÁREA 6

CLUB ATLÉTICO COMPAÑÍA GENERAL



DIRECCIÓN → Alsina y 9 de Julio – Salto, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 1.200 personas

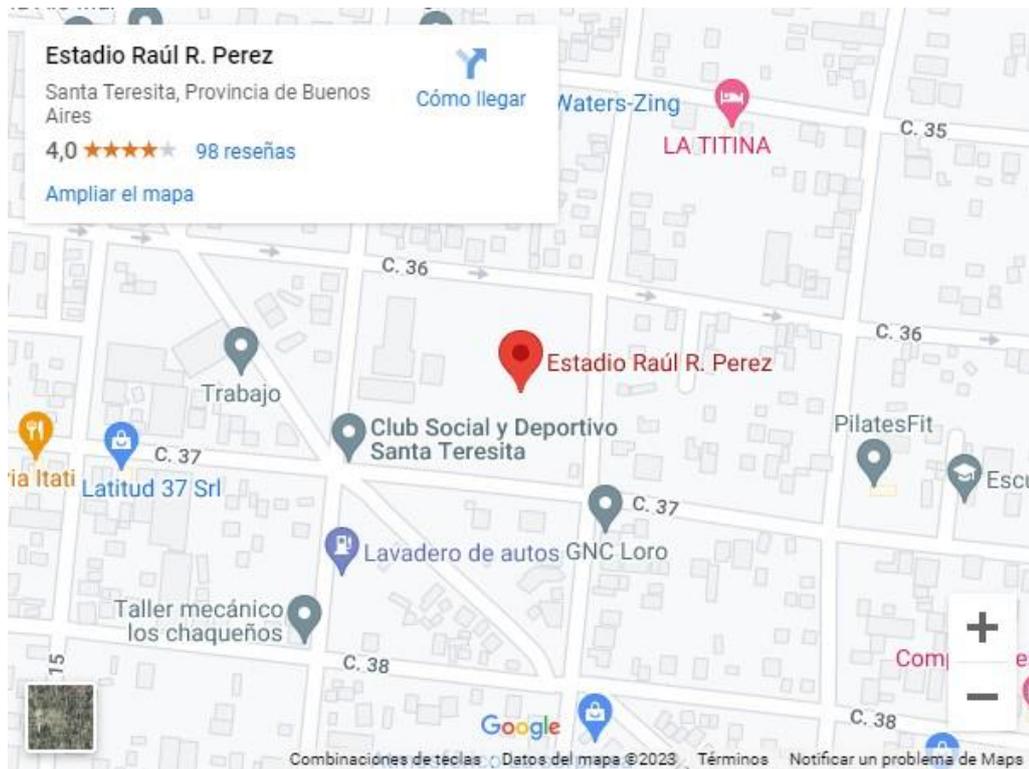


CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO SANTA TERESITA

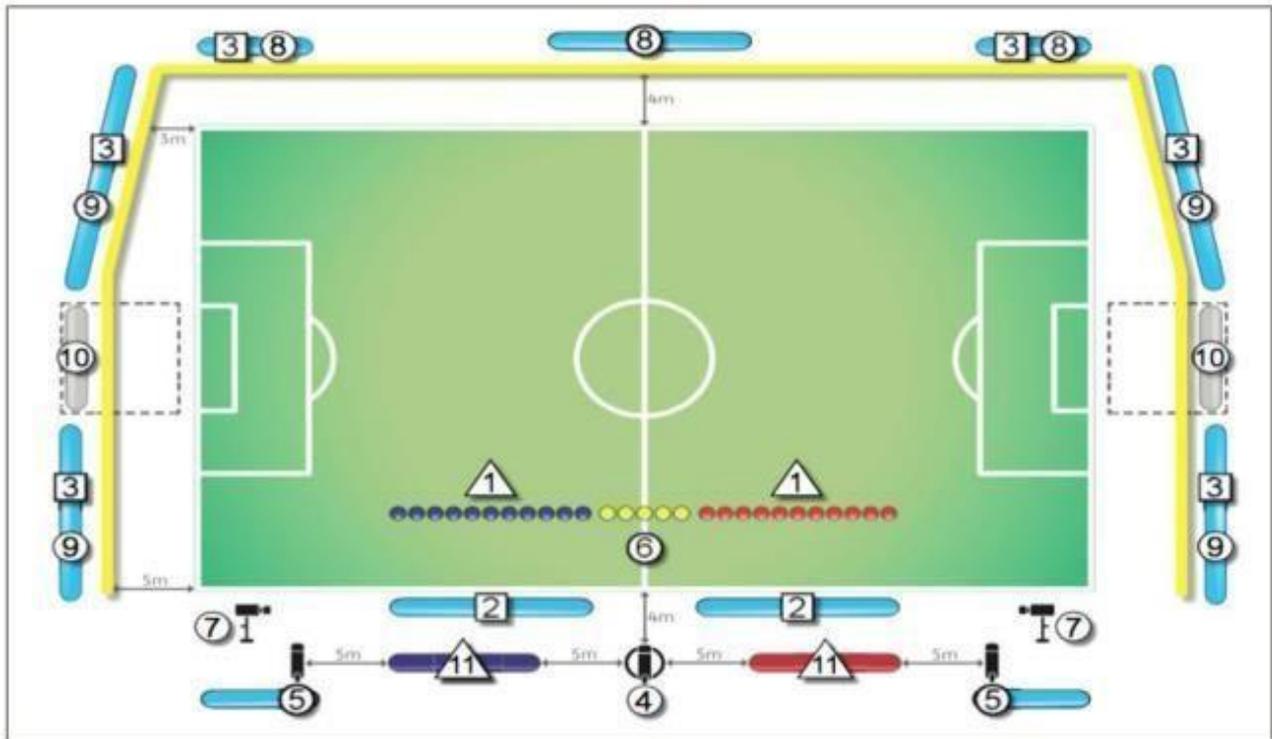


DIRECCIÓN → Calle N°14 y Calle N°37- Santa Teresita, Provincia de Buenos Aires

CAPACIDAD → 700 personas



POSICIÓN DE LOS ELEMENTOS EN LA CANCHA



Detalles de funciones y cantidad de personas habilitadas para cada actividad en el campo de juego:

1. Jugadores pertenecientes a los equipos en el momento previo al comienzo del partido (22)
2. Fotógrafos previos al comienzo del partido – Cada Club define la capacidad – 1 o 2 (uno o dos) puestos
3. Fotógrafos durante el partido (Cada Club define la capacidad, zona instalada con cables y WIFI)
4. Operador de cámara en el medio del campo (1)
5. Operador de cámara de 20 (1)
6. Operador de cámara de mano para TV (previo al comienzo del partido, después del partido) (1)
11. Jugadores suplentes e integrantes de cuerpo técnico, incluido el médico y responsables de seguridad (32)

● CARTELES DE PUBLICIDAD

