

2024

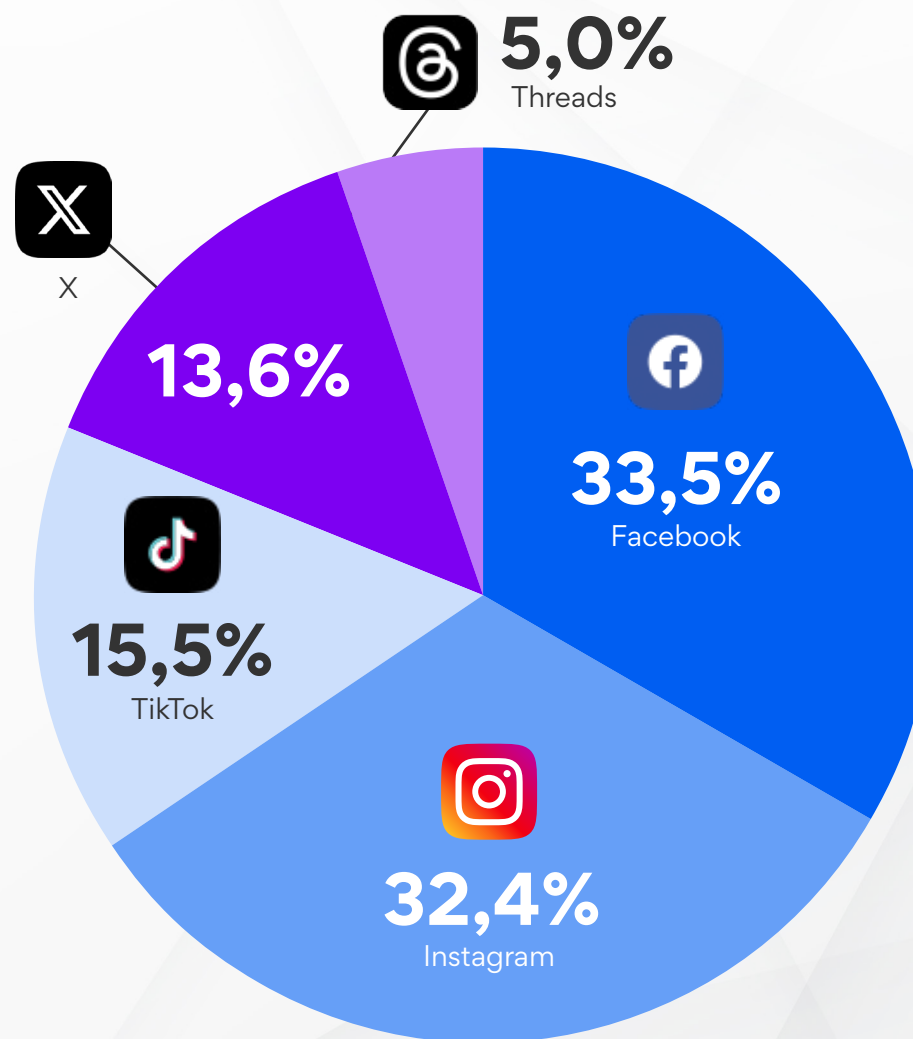
INFORME LIGA 1 TE APUESTO



DISTRIBUCIÓN DE SEGUIDORES

Seguidores totales:
1.2 millones

Facebook, con más de 423.000 seguidores es la red social con más seguidores de la Liga 1 Te Apuesto, seguida de cerca por Instagram, que cuenta con 409.000 followers. Juntas, estas dos plataformas representan aproximadamente el 83.2% de la *fanbase* total. TikTok ha ido ganando protagonismo a lo largo de 2024, experimentando un crecimiento del 14.7%. Por su parte, Threads destaca con un impresionante aumento del 67.66%.



Basado en datos Blinkfire a 4/11/2024 de las redes oficiales de la Liga 1 Te Apuesto

GLOBAL RANKING



ENGAGEMENT TOTAL

1		CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES	17.7M
2		CLUB ALIANZA LIMA	11.2M
3		CLUB SPORTING CRISTAL	6.0M
4		FBC MELGAR	1.2M
5		CLUB CIENCIANO	1.0M
6		CLUB DEPORTIVO LOS CHANKAS	610.1K
7		CLUB SPORT BOYS ASSOCIATION	580.5K
8		UCV CLUB DE FÚTBOL	547.7K
9		CUSCO FÚTBOL CLUB	406.7K
10		CLUB ATLÉTICO GRAU	368.1K

ENGAGEMENT POR POST

1		CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES	8.4K
2		CLUB ALIANZA LIMA	5.8K
3		CLUB SPORTING CRISTAL	3.0K
4		FBC MELGAR	655
5		CLUB DEPORTIVO LOS CHANKAS	602
6		UCV CLUB DE FÚTBOL	594
7		UNIÓN COMERCIO	588
8		CLUB SPORT BOYS ASSOCIATION	443
9		CLUB ATLÉTICO GRAU	425
10		CUSCO FÚTBOL CLUB	391

Basado en datos Blinkfire del 26/01/2024 al 03/11/2024 de las cuentas de Facebook de los equipos de la Liga 1 Te Apuesto

GLOBAL RANKING

ENGAGEMENT TOTAL

1		CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES	39.5M
2		CLUB ALIANZA LIMA	26.7M
3		CLUB SPORTING CRISTAL	7.9M
4		FBC MELGAR	1.4M
5		CLUB SPORT BOYS ASSOCIATION	1.0M
6		UCV CLUB DE FÚTBOL	923.2K
7		CLUB CIENCIANO	548.4K
8		CLUB ATLÉTICO GRAU	354.9K
9		CLUB CARLOS A. MANNUCCI	274.4K
10		CLUB DEPORTIVO LOS CHANKAS	198.1K

ENGAGEMENT POR POST

1		CLUB ALIANZA LIMA	27.8K
2		CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES	25.8K
3		CLUB SPORTING CRISTAL	4.8K
4		FBC MELGAR	1.0K
5		UCV CLUB DE FÚTBOL	945
6		CLUB SPORT BOYS ASSOCIATION	806
7		UNIÓN COMERCIO	408
8		CLUB ATLÉTICO GRAU	379
9		CLUB CARLOS A. MANNUCCI	349
10		CLUB CIENCIANO	308

Basado en datos Blinkfire del 26/01/2024 al 03/11/2024 de las cuentas de Instagram de los equipos de la Liga 1 Te Apuesto

GLOBAL RANKING: INSTAGRAM



La monitorización de las redes sociales de las plantillas es fundamental para clubes y ligas. Los jugadores, que a menudo superan en seguidores a sus propios equipos y mantienen conexión cercana con sus fans, pueden **augmentar la visibilidad de los patrocinadores** en cada publicación. Medir este impacto permite evaluar el

retorno de inversión y mejorar las estrategias de comunicación de manera efectiva y auténtica. Hemos seleccionado a varios jugadores de la Liga 1 Te Apuesto para un Global Ranking que muestra su número de seguidores en Instagram.

TOTAL FOLLOWERS		
1	PAOLO GUERRERO	4.3M
2	ÉDISON FLORES	1.5M
3	CHRISTIAN CUEVA	920.3K
4	YOSHIMAR YOTÚN	847.0K
5	CRISTIAN BENAVENTE	549.5K
6	BETO DA SILVA	537.8K
7	CARLOS CÁCEDA	218.4K
8	LUIS URRUTI	81.6K
9	PATRICK ZUBCZUK	71.9K
10	OSLIMG MORA	53.6K

Basado en datos Blinkfire a 4/11/2024

SENTIDO DEL HUMOR

El **sentido del humor en redes sociales es una herramienta poderosa** que permite a los equipos conectar con quienes no siguen el deporte tan de cerca. Esto ayuda a conectar con los equipos de manera más cercana, haciendo que los seguidores sientan que interactúan con personas reales detrás de la cuenta. Usando el sentido del humor en el momento adecuado, las organizaciones deportivas pueden mostrar una faceta más relajada, y ganarse la simpatía de, incluso, aficionados de otros equipos.

Uno de los contenidos más populares de internet son los memes. Un **meme bien ejecutado** puede captar la atención de forma inmediata, **augmentando así el engagement y la visibilidad del equipo** en redes. Hoy en día, los equipos no solo compiten en el campo, sino también en las redes sociales, donde intentan destacar en el feed de los usuarios. La habilidad de utilizar memes puede ser una ventaja competitiva, haciendo que los equipos se diferencien en el entorno digital.



APROVECHAR LA EUFORÍA DEL GOL

Alianza Lima
@ClubALoficial

📍 Scene: **Goal Celebration**

¿Quedó claro, no? 🔥

¡ARRIBA ALIANZA, TODA LA VIDA!

📌

#ConAlianzaSiempre
<https://t.co/klEvtjNgKl>

Club Universitario de Deportes
@universitario1924

📍 Scene: **Goal Celebration**

FELICIDAD, ESO ES LO QUE T@ME DAS 🎵🎵🎵🎵

#Los100DelÚnicoGrande

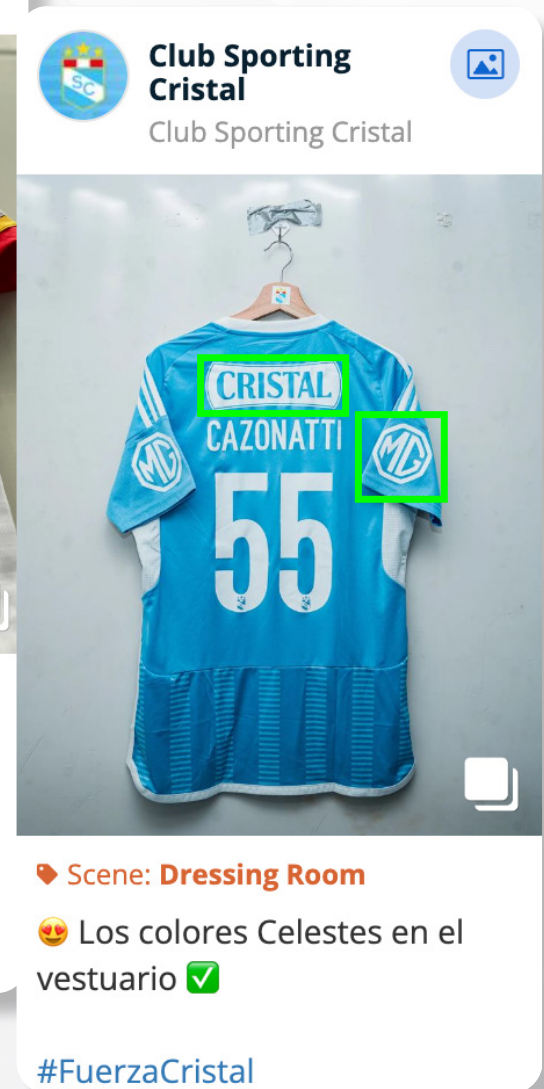
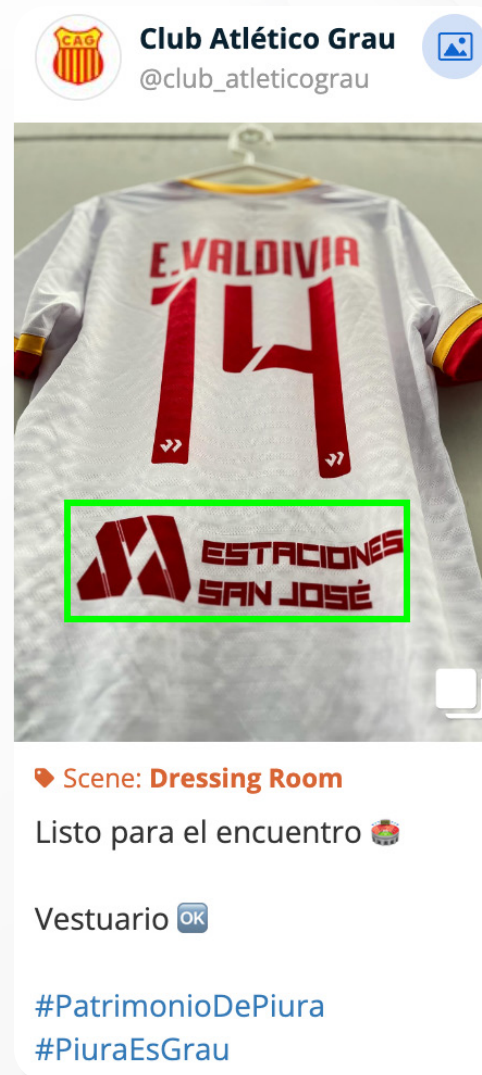
Los goles son el momento cumbre en un partido, tanto en lo deportivo como en el ámbito de redes sociales, y representan una oportunidad única para que los equipos se acerquen a su audiencia. Aprovechar el instante de júbilo para transmitir la emoción del gol a los seguidores es clave, ya que estos contenidos **generan un alto nivel de engagement**. Compartir imágenes atractivas permite maximizar la interacción con los fans.

Además, los goles son una oportunidad invaluable para dar visibilidad orgánica a los patrocinadores del equipo. Con cada publicación, el equipo anota dos veces: celebra la hazaña en el campo mientras muestra de forma sutil y natural a sus patrocinadores. Los equipos capitalizan el momento de mayor felicidad y, a la vez, sus **patrocinadores obtienen un visibilidad** en el contenido de más alto impacto.

TODO LISTO EN EL VESTUARIO

Los partidos de fútbol duran más de 90 minutos gracias a las redes sociales. Ahora la emoción comienza mucho antes de que el balón ruede en el campo. Aprovechar los momentos previos en el vestuario para compartir fotos de las equipaciones permite generar expectativa. Estas publicaciones, al ser planificadas, permiten un **control que maximiza el impacto visual y la exposición a los patrocinadores**.

Con las equipaciones oficiales ya preparadas, los logos de las marcas destacan de forma natural, asegurando una exposición orgánica ante los seguidores y generando un impacto que va más allá del juego. Estas publicaciones se han convertido en un activo muy valioso que integra a los patrocinadores de manera directa en uno de los momentos previos al partido.



5 RECOMENDACIONES PARA BRILLAR EN REDES

- 1** La **medición de datos es clave** para que los equipos conozcan su *fanbase*. En el caso de los equipos de la Liga 1 Te Apuesto cuentan con tres veces más seguidores en Facebook que en Instagram, sin embargo es en esta última donde logran mejores datos de engagement medio por publicación, 5.3K por los 2.2K de Facebook. Gracias a estos insights, los equipos pueden centrar sus esfuerzos en Instagram donde obtienen mejor rendimiento.
- 2** Las **redes de la plantilla son un activo muy valioso** para los equipos. Monitorizarlas es esencial para no dejar escapar ningún dato que pueda beneficiar a los patrocinadores de una entidad. Compartir con los jugadores imágenes de entrenamiento, partido, viajes... con exposición a marca es un modo de garantizar su visibilidad en redes.
- 3** Potenciar la **comunicación entre departamentos** para poder trabajar todos con un mismo objetivo. Desde comunicación, redes sociales, patrocinio... todos tienen un fin común y deben alinear sus estrategias y compartir información clave.
- 4** Las **series de contenido** como publicaciones de cumpleaños, alineación o gráfica del gol, son **ideales para ofrecer a patrocinadores**. Estos formatos recurrentes permiten una exposición constante a las marcas, integrándose de manera orgánica y eficaz en el *feed* del equipo.
- 5** **Añadir marcas al contenido en redes sociales es crucial para generar ingresos**, pero su visibilidad debe ser adecuada. Herramientas como el *Logo Visibility Test* de Blinkfire te permiten asegurar que el tamaño del logo sea óptimo, brindando al patrocinador la exposición que merece.

Blinkfire es una empresa enfocada en la inteligencia artificial que ofrece una plataforma de análisis de negocios y marketing líder en el mercado para evaluar patrocinios en el mundo del deporte, esports, medios y entretenimiento, abarcando redes sociales, medios digitales, broadcast y Advanced TV. Usando inteligencia artificial, machine learning y tecnología propia de visión por computadora, Blinkfire mide el valor y el impacto mediático, permitiendo que propietarios de derechos, deportistas, influencers, agencias y marcas conecten mejor con sus aficionados y patrocinadores en múltiples plataformas. Muchos de los equipos, ligas y marcas más importantes del mundo confían en la plataforma en tiempo real y siempre activa de Blinkfire para cuantificar el engagement y los acuerdos de patrocinio en la industria del deporte, los esports y el entretenimiento.

Para saber más sobre Blinkfire, escríbenos a marketing@blinkfire.com o visita www.blinkfire.com.

INYOGO es la agencia líder de Marketing Deportivo en Perú y cuenta también con operaciones en Ecuador. La agencia tiene como propósito el desarrollo de la industria deportiva a través de la generación de alianzas entre Marcas y Sports Properties. Actualmente cuenta con cuatro unidades de negocio, donde destaca la de Marketing Deportivo, mediante la cual ofrecen servicios a Marcas y Sports Properties (atletas, eventos, entidades, instalaciones) para maximizar los acuerdos de patrocinio. Desde el plano digital, INYOGO cuenta con un área especializada en Social Media, Producción y Gestión de Contenidos, permitiendo que sus clientes conecten mejor con sus aficionados y patrocinadores.

Para saber más sobre INYOGO, escríbenos a contacto@inyogo.com o visita www.inyogo.com

