



ACTA DE SESIÓN DIRECTORIO NACIONAL DICIEMBRE DE 2021 CLUB SOCIAL Y DEPORTIVO COLO-COLO

I. ANTECEDENTES

Fecha: 4 de enero de 2022

Hora de inicio: 18:50 horas

Hora de término: 23:15 horas

Lugar / Plataforma: Casa Alba

Tipo de sesión: Ordinaria

II. ASISTENTES

1. Matías Camacho Reyes
2. Javiera García Lizama
3. Raúl Silva Frias
4. Diego Fuenzalida
5. Felipe Vallejos
6. Nicolás Henríquez
7. Pavel Piña
8. Mauricio Durán
9. Francisco Jara

10. Juan Tobar

11. José Serey

Asisten online:

1. Ignacio Franjola
2. Horst Kallens

Invitadas:

1. Daniela Aguirre (arquitecta)

TEMAS

1. Evaluación Polideportivo
2. Presupuesto
3. Gestión Blanco y Negro
4. Varios
 - a. Filiales
 - b. Socios/as Honorarios/as
 - c. Otros

TEMA: DEPORTES – RECINTO DEPORTIVO

Las arquitectas exponen las complejidades que se han generado al analizar la documentación y planimetría del estadio. Si bien se obtiene la documentación de recepción municipal de inmuebles asociados, no existe la planimetría total del terreno.

Asimismo, se expone un programa arquitectónico base para el diseño de polideportivo, con 1000 mts cuadrados de multicancha y galerías, además de las áreas de servicio asociadas, con un valor de \$2.553.862.380.

El Directorio comenta los antecedentes expuestos y pasos a seguir, entre los que se hace necesario establecer los requerimientos del potencial recinto, para ajustar la propuesta a ello, así como evaluar potenciales financiamientos externos que permitan la concreción del proyecto.

TEMA: PLANIFICACIÓN - PRESUPUESTO

Raúl Silva, Vicepresidente de Planificación, expone ante el Directorio el presupuesto propuesto para el año 2022. En ella se exponen tres escenarios, con diferentes presupuestos aprobados para cada una de las áreas.

Se propone validar de forma trimestral el presupuesto, de acuerdo a los supuestos sobre los que se construyeron los tres escenarios, específicamente, el número de socios y socias al día.

Con esta información, se analizará la factibilidad de los gastos, evaluando si corresponde avanzar de forma incremental en los presupuestos, a lo largo del año.

En cuanto a la proyección de la tienda, se menciona que la propuesta presupuestaria considera los recursos para la gestión con el personal existente y con venta de ropa de ramas y credenciales asociadas. Esta proposición debe evaluarse nuevamente y ser presentada a BNSA.

Se menciona además que históricamente los presupuestos se han subejecutado, por lo que Diego Fuenzalida, Vicepresidente de Deportes, solicita un seguimiento mensual de la ejecución, que se complemente con el mencionado análisis trimestral.

En otras materias de planificación 2022, se acuerda evaluar la conformación de los comités y su funcionamiento, para lo que se generará una propuesta desde las áreas de Planificación, Vicepresidencia General y Secretaría General.

Matías Camacho, Vicepresidente General, expone brevemente las modificaciones salariales realizadas a las y los funcionarios del Club, estableciendo mejoras que permitan rentas por sobre el mínimo ético.

Mauricio Durán, Vicepresidente de Filiales, consulta por el presupuesto de la Fundación Colo-Colo Social y la necesidad de reportabilidad de ella y del área social del Club.

José Serey, Vicepresidente del Área Social, expone la necesidad de analizar el quehacer de la Fundación, el rol de sus directores y mecanismos para fortalecer su funcionamiento. Matías Camacho complementa con la necesidad de concretar el trabajo de apalancamiento de recursos desde ella.

Javiera García, Secretaria General, propone incrementar el presupuesto del Área Social para que esta pueda abarcar de mejor forma el crecimiento del Club y crezca de forma proporcional a las demás áreas.

Asimismo, Javiera menciona la necesidad de generar un equipo de trabajo multidisciplinario que busque apalancamiento de recursos para el polideportivo.

ACUERDO: Se aprueba el presupuesto propuesto por unanimidad.



TEMA: GESTIÓN CONCESIONARIA

Matías Camacho expone sobre el rol de Edmundo Valladares y Edison Marchant como Directores nombrados por el Club en la Sociedad Anónima.

Además, se menciona la importancia de alcanzar preferencia en la compra de entradas para socias y socios.

Se informa sobre reunión con Adidas, para evaluación de ropa de ramas 2022, solicitando análisis de factibilidad de entrega en el periodo requerido.

Nicolás Henríquez, Director de Socios/as, expone la necesidad de mejorar la comunicación entre los Directores que designa el Club en la S.A. y el Directorio Nacional.

Se hace patente la necesidad de reunirnos presencialmente para evaluar el accionar en Blanco y Negro, la que se espera concretar en el Directorio del mes de enero.

VARIOS

TEMA: FILIALES

Mauricio Duran expone que dos nuevas filiales han cumplido con los requisitos para constituirse como tal, Filial Iquique y Caldera.

Asimismo, informa de un viaje a la Expo Patagonia, a realizarse a fines del mes de enero y/o primeros días de febrero. En esta actividad, la idea es llevar un stand del Club con algun integrante del equipo de Administración para favorecer la captación de socios/as y el pago de sus cuotas. Javiera García propone definir el lunes las fechas del viaje para poder coordinar todo con el equipo asociado.

TEMA: SOCIOS/AS HONORARIOS

Nicolás Henríquez informa sobre una nueva solicitud de socio honorario, realizada por Augusto Espinoza, quien cumple con los requisitos para acceder a dicha categoría.

TEMA: OTROS

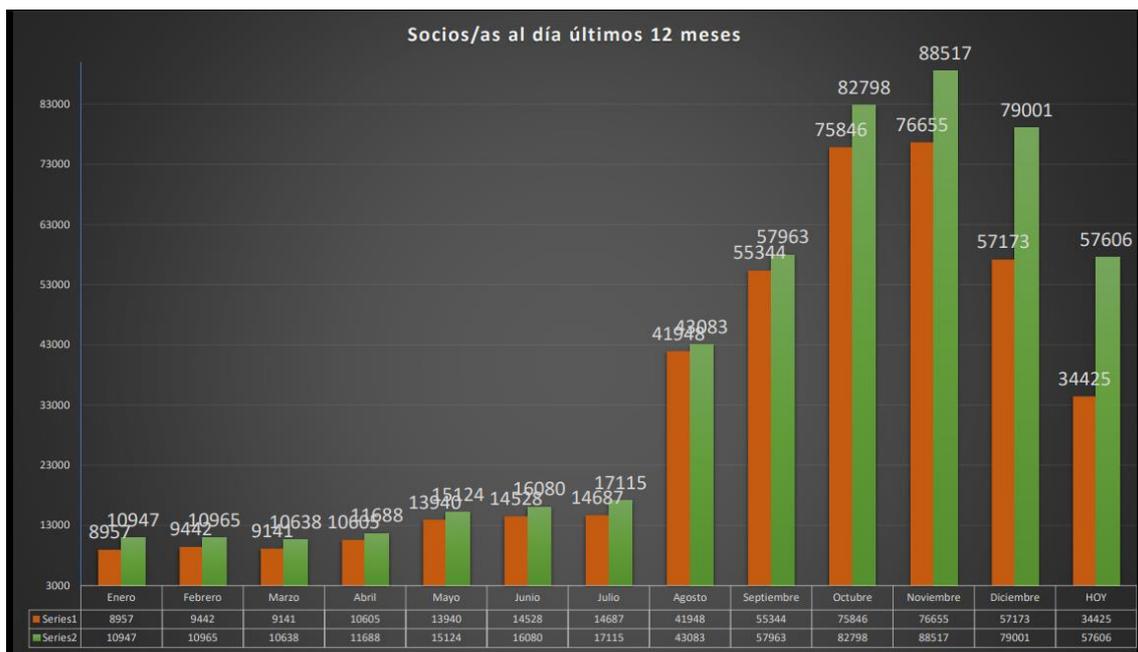
Se informa que Nicolás Henríquez dejará su cargo de Director, sin embargo, seguirá apoyando al Directorio desde el trabajo conjunto con la Directora del Socios/as Honorarios/as y el apoyo al soporte informático del Club. Asimismo, apoyará todas las gestiones necesarias hasta que asuma el nuevo Director o Directora del área.

ANEXOS

MINUTA ÁREA ADMINISTRACIÓN

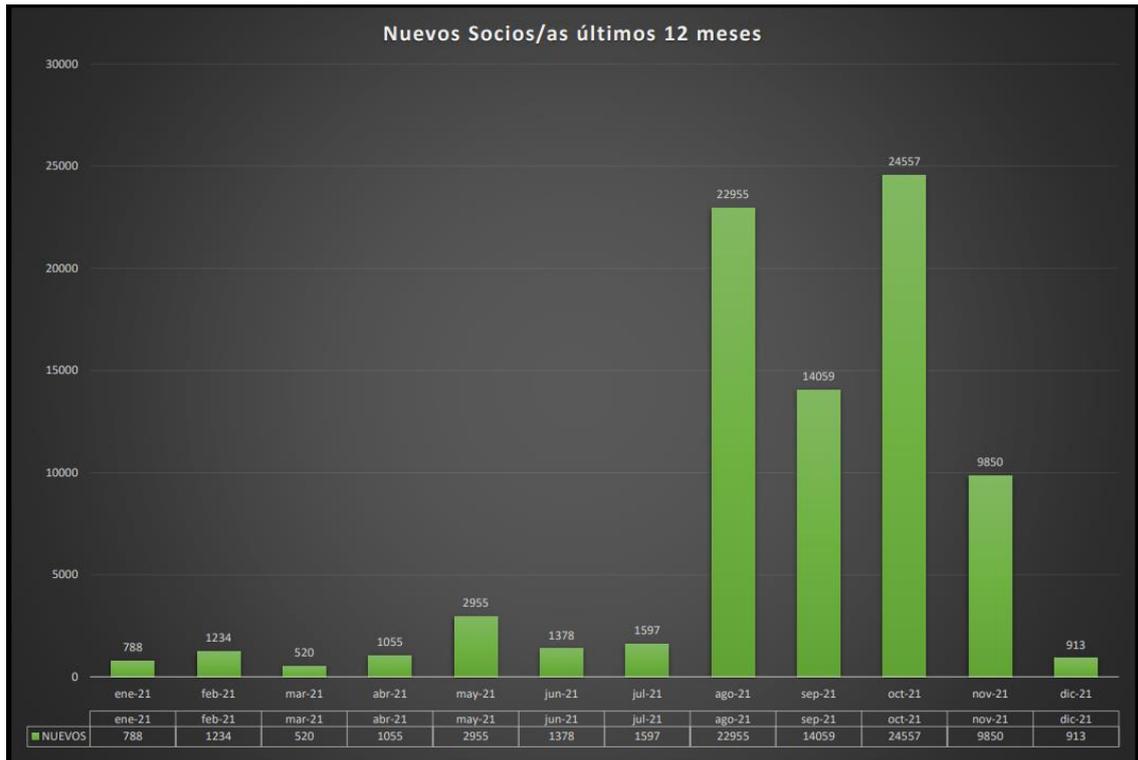
SOCIOS/AS AL DÍA

- El término del torneo nacional y la ausencia de productos con descuento en nuestra tienda, han generado una disminución en la cantidad de socios/as al día.
- Es esperable que dicha tendencia se revierta si retornan la prioridad en la venta de entradas otorgada en 2021.



NUEVOS SOCIOS/AS

- Asociado al escenario ya mencionado, la cantidad de inscripciones de nuevos/as socios/as presentó una disminución considerable durante diciembre.



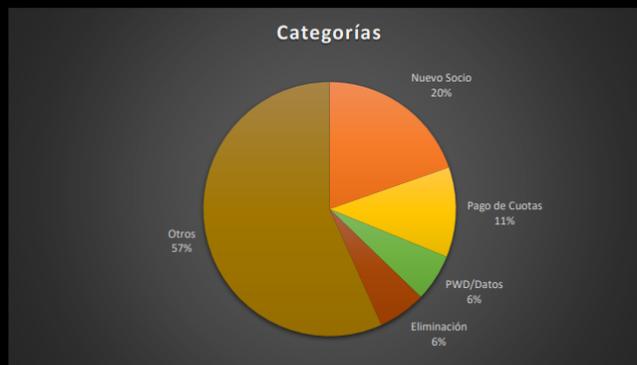
ATENCIÓN TELEFÓNICA

- Se mantiene la atención telefónica durante media jornada.
- Se realiza un análisis de los llamados recibidos durante los últimos 3 meses.

- La cantidad de llamados disminuyó durante el mes de diciembre, hecho relacionado al término del campeonato nacional.



- Cada llamado es categorizado en relación a los procesos más habituales de las consultas que se reciben.



- Las llamadas más frecuentes durante octubre y noviembre fueron relacionados a la compra de entradas. En diciembre, en cambio, se ha tratado mayormente de consultas acerca de credenciales de socio/a.



- La duración en promedio de cada llamado se ha ido reduciendo. También se ha reducido la duración de los llamados más largos (39 minutos en octubre, 23 en noviembre, 15 en diciembre).



- Cerca del 82% de los llamados recibidos son efectivamente de temas relacionados por el club. El 18% restante es derivado a ByN u otros.



CORREO SOCIOS/AS

- Cantidad de correos recibidos
 - Diciembre 2021: 2.492 correos
 - Noviembre 2021: 8.844 correos
 - Octubre 2021: 9.086 correos
 - Las principales temáticas consultadas son:
 - Venta de entradas
 - Pago de cuotas
 - Reposición de contraseñas
-
- Velocidad de respuesta enero 2022: diaria (días hábiles).
 - Promedio de interacciones por correo: 2.6 correos.
 - Se espera incrementar el movimiento de correos mientras no se retome el futbol a través de campañas de fidelización que se desglosan en el siguiente punto.

FIDELIZACIÓN 2021

- Durante los últimos meses se ha realizado una campaña de fidelización a través del envío de correos electrónicos a segmentos determinados de socios/as.
- Al inicio de cada mes, se envía un recordatorio de pago a quienes acaban de quedar morosos, invitándolos a pagar la cuota pendiente y de esa forma mantenerse al día en sus cuotas sociales.

- Correo recurrente (2 de noviembre):

- Enviado a 6.442 personas.
- Abierto por 3.300 personas.
- De esas 3.300, 1.896 personas se pusieron al día (un 58%).

- Correo recurrente (1 de diciembre):

- Enviado a 10.987 personas.
- Abierto por 4.690 personas.
- De esas 4.690, 976 se pusieron al día (un 21%).

- OTRAS ACCIONES:

Correo especial a socios/as morosos con antigüedad mayor a 1 mes, invitándolos a ponerse al día.

Este correo se personalizó de acuerdo a la deuda de cada socio/a, mostrándose contenido específico para cada segmento (ej: a quienes debían 24 o más cuotas, se les ofreció la regularización, mientras que a quienes superaban las 36 cuotas de deuda, se les ofreció la eliminación).

Dicho correo se envió a 21.131 personas y fue abierto por 9.154, logrando que un 16% de ellas, regularizara su pago (1.491 personas).

ESTADÍSTICAS DE SOCIOS Y SOCIAS

- Socios/as al día hasta enero 2022: 34.000 personas
 - 11.000 de ellos quedarán morosos a contar del 1 de febrero, si no pagan su cuota correspondiente.
- Socios/as al día hasta febrero 2022: 24.000 personas
 - 5.000 de ellos quedarán morosos a contar del 1 de marzo, si no pagan su cuota correspondiente.
- Socios/as al día hasta diciembre 2022 o posterior: 1.400 personas
- Socios/as con convenio PAC: 233 personas

FIDELIZACIÓN 2022

- Campaña digital a coordinar con comunicaciones, sobre la importancia de ser socio/a y mantenerse al día.
- Campaña vía mailing a segmentos con deuda.
 - Deudores de 1 cuota – primeros 5 días del mes.
 - Deudores de 2 a 6 cuotas – entre los días 6 y 20 del mes.
 - Deudores de más de 36 cuotas (oferta eliminación) – últimos 10 días del mes.
- Campaña telefónica a segmentos con deuda.
 - Se apoyará la campaña de mailing con llamados telefónicos, por parte de 2 miembros del equipo de administración. Se focalizará en socios/as con años de antigüedad y que se encuentren con 1 cuota impaga.
- Campaña Hazte Socio/a 2.0
 - Se coordinará con el área de marketing y eventos, una campaña similar a la realizada en 2021. Se espera que esta pueda ser lanzada a la brevedad, considerando regalos para quienes paguen el 2022 completo, así como de sorteos para quienes se encuentren al día hasta marzo y/o tengan contratado el PAC.

CLUB ALIANZA LIMA

Fortaleciendo el vínculo institucional para el desarrollo de actividades en conjunto (vóley femenino).

PATROCINIO Y SPONSOR

Ciclos de reuniones con marcas para generar espacios colaborativos, además de buscar la instancia de auspicio para las actividades deportivas y sociales del CSD Colo-Colo.



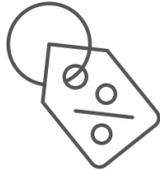
PR
Marketing

Alianzas Estratégicas

En el marco de las acciones de fidelización para el club de beneficios para socios y, en paralelo a las gestiones realizadas con Cuponstar (somoscolocolo.cl) se están generando alianzas estratégicas con otras marcas con la finalidad de entregar un porcentaje de descuento exclusivo para socias y socios, así como también, el desarrollo de instancias colaborativas entre estas organizaciones y las actividades de nuestra institución en sus distintas áreas.



Alianzas Estratégicas



Beneficios y
descuentos



Relacionamiento
y vinculación



Desarrollo de
contenidos



Espacios
colaborativos



Alianzas confirmadas



PLANTA DE REVISIÓN TÉCNICA



MOVILIDAD COMPARTIDA



ÓPTICAS LAZAL



INDUMENTARIA DEPORTIVA



PASAJES DE BUS



ENCOMIENDAS Y ENVÍOS



En proceso de gestión (revisión de propuestas y segundas reuniones).



Monetización de espacios y contenidos digitales

Con la finalidad de generar espacios de interacción con la comunidad de CSD Colo-Colo, además de rentabilizar la imagen del club, desarrollar bloques para auspicios a través del contenido y las plataformas digitales del CSD, que permitan el desempeño de las áreas del club, se trabajará en conjunto con el departamento de comunicaciones para la creación de productos de contenido digital que propicien la venta de estos segmentos, monetizando los espacios online del CSD Colo-Colo.



MINUTA ÁREA COMUNICACIONES

FORTALECIMIENTO DEL ÁREA DE COMUNICACIONES

Durante 2021 se consolidó el equipo de Comunicaciones, incorporando nuevas funciones y ordenando las distintas tareas de acuerdo a perfiles y capacidades profesionales. Lo anterior permitió:

- Reforzar la cobertura de actividades del club, potenciando el seguimiento a ramas deportivas, acompañando actividades de Filiales y área Social, principalmente.
- Incorporar la gestión de prensa y afinar el seguimiento de temas en medios de comunicación mediante el clipping especializado y el posicionamiento de temas en medios.
- Incorporar un Community Manager para desarrollar estrategias de redes sociales y seguimiento de resultados.
- Potenciamiento del área audiovisual y evolución constante en la línea gráfica del Club.

COBERTURA DE ACTIVIDADES

Deportes

- Cobertura de todos los partidos de la Liga de Desarrollo de básquetbol y la Liga A1 y A2 de Voleibol, mediante nota web, minuto a minuto y galería fotográfica.
- Cobertura de todos los partidos del Campeonato Futsal ANFP posibles, vía minuto a minuto, galería fotográfica y nota.
- Seguimiento a las series menores de básquetbol en el torneo de la Asociación Santiago
- Seguimiento de las series menores de voleibol en Avolco
- Cobertura de todos los partidos de local y visita del primer equipo de fútbol mediante nota web y galería en los de local.

COBERTURA DE ACTIVIDADES

Filiales

- Información sobre oficialización de nuevas filiales a lo largo del año vía web.
- Cobertura de actividades realizadas en Antofagasta, Calama y Tirúa, mediante registro fotográfico, audiovisual y notas web.
- Post explicativo sobre filiales en RRSS y cobertura de cambio de reglamento.

Social

- Cobertura actividades de la Fundación Colo-Colo Social: campaña de recaudación de platos de comida, acciones contra el racismo.
- Seguimiento Rutas Albas sector norte y sur mediante cápsulas audiovisuales.
- Apoyo en actividades masivas: Día de la Niñez y Navidad.

COBERTURA DE ACTIVIDADES

Institucional

- Gestión de prensa y cobertura en redes propias para la Arellanización del primer equipo
- Apoyo y cobertura convocatoria Centro de Estudios
- Cobertura y transmisión en vivo durante la inauguración de la estatua para Francisco "Chamaco" Valdés.
- Información sobre levantamiento de derecho de admisión para socios/as
- Cobertura actividades sobre Derechos Humanos: conversatorio, gráfica conmemorativa y video 11 de septiembre.

COBERTURA DE ACTIVIDADES

Fútbol

- Minuto a minuto de todos los partidos de fútbol femenino y masculino
- Cobertura fotográfica de todos los partidos de local femenino y masculino
- Nota web de todos los partidos femenino y masculino
- Seguimiento fútbol joven

POSICIONAMIENTO PÚBLICO

Mediante el trabajo de gestión de prensa, durante el último trimestre de 2021 se posicionaron diversos temas propios del club en medios de comunicación. Principalmente:

- Arellanización primer equipo
- Destacada participación del voleibol en la Liga Nacional A1
- Re-estreno programa "Más que Once"
- Posición del club respecto de la venta de entradas "Hincha Preferente"



FORTALECIMIENTO AUDIOVISUAL

Durante 2021 se fortaleció el área audiovisual del club, potenciando el canal de YouTube e incrementando la cantidad de productos mensuales gracias al trabajo con la productora AudioFilms, encargada de transmisiones en directo y desarrollo de cápsulas y programas. Entre enero y diciembre sumamos **3.800 nuevos suscriptores** al canal, de los cuales 2.700 se incorporaron entre julio y diciembre. Principales productos desarrollados:

- Transmisiones de ramas deportivas: futsal y básquetbol. Seguimiento audiovisual al voleibol
- Videos conmemorativos: inauguración Estadio Monumental, 11 de septiembre, We Tripantu, cierre de torneo.
- Cápsulas ramas deportivas
- Programa "Más que Once" con socios y socias del Club.
- Cápsulas área social "Colo-Colo en Acción" y "Ruta Alba".



PRINCIPALES MÉTRICAS YOUTUBE

al 31 de diciembre de 2021

Total suscriptores 2021	6.152	+ 151%	Total impresiones	1.754.371	+ 113%
	→ +2.700	julio-diciembre			
Tiempo total visualización	14.478 hrs.	+ 95%	Duración media	4:02	+ 51%
			Visualizaciones	214.712	+ 30%



FORTALECIMIENTO GRÁFICO

Mediante la incorporación al equipo de un diseñador, potenciamos la imagen del club, estableciendo gráficas estándar y acelerando la producción de contenido gráfico de alta calidad. En búsqueda de una constante mejora, durante 2022 se implementará un nuevo estilo gráfico que se adecúa a las necesidades de las redes sociales en cuanto a tipos de tipografías, colores y fotografías. Durante 2021 implementamos:

- Nuevas gráficas de condolencias y cumpleaños.
- Gráficas especiales para partidos de las ramas y programación semanal
- Línea gráfica exclusiva en cuanto al crecimiento del padrón de socios
- Marco gráfico renovado para todas las fotografías publicadas en RRSS del club
- Gráficas conmemorativas y de efemérides con una línea continua
- Gráficas renovadas para la cobertura de los partidos de fútbol

NUEVA PROPUESTA 2022

- Cambio de tipografías
- Definición de paleta de colores tematizadas
- Optimizadas para la vista desde dispositivos móviles
- Nuevos diseños genéricos de efemérides y condolencias



ANÁLISIS REDES SOCIALES

El trabajo de análisis de redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram, se comenzó a desarrollar en septiembre de 2021 y permitió identificar publicaciones destacadas, perfil de usuarios, alcance promedio de cada red y evolución de seguidores. Gracias a la incorporación de un Community Manager, durante 2022 se trabajará en función de campañas y objetivos, teniendo como base los números analizados durante 2021.

MÉTRICAS REDES SOCIALES

Seguidores al 4 de enero

Twitter	Instagram	Facebook
305.174	254.388	186.391
Total seguidores		
745.953		

MÉTRICAS REDES SOCIALES

Instagram (octubre - diciembre)

Alcance		
700.547	→	552.000
+ 60% respecto a trimestre anterior		NO seguidores

Mayor interacción y alcance sostenido, apertura hacia un público nuevo

Interacciones	Impresiones
990.391	14.542.253
+ 25% respecto a trimestre anterior	+ 29% respecto a trimestre anterior

ANÁLISIS REDES SOCIALES

Twitter (diciembre)

Interacciones totales

147.994

Impresiones diarias

122.998

Impresiones totales

1.407.909

Tasa de interacción

2,2%

ANÁLISIS REDES SOCIALES

Facebook (octubre - diciembre)

Alcance

1.559.530

+2,09%
respecto a trimestre anterior

Videos

317.954

minutos reproducidos

Seguidores

3.201

+19,6%
respecto a trimestre anterior

+286%

respecto a trimestre anterior

Interacciones

648.639

+43,3%
respecto a trimestre anterior

PROYECCIONES ENERO

- Planificación anual de coberturas por área + efemérides e hitos relevantes.
- Lanzamiento segundo capítulo programa "Más que Once"
- Desarrollo de contenidos audiovisuales "Colo-Colo en acción", referido a actividades de vinculación del club con comunidades y territorios.
- Cobertura de ligas Avolco y Torneo de Básquetbol Puente Alto.
- Lanzamiento nueva línea gráfica 2022