

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

*Bata*

# VICTORIA BALLERINA

**NÚMERO Y NOMBRE DE CATEGORÍA: 12. LANZAMIENTO DE PRODUCTOS**

**CAPÍTULO:** GENERAL

**TÍTULO DEL CASO:** "VICTORIA BALLERINA"

**NOMBRE EMPRESA: BATA CHILE**

**DEPARTAMENTO:** MARKETING - PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

**RESPONSABLE:** PANCHO GONZÁLEZ

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# INTRODUCCIÓN

En 2025, Bata asumió en Chile el desafío de lanzar Victoria Ballerina, una colección europea de ballerinas desarrollada para combinar diseño, comodidad, versatilidad y accesibilidad.

La llegada del producto ocurría en un contexto favorable para la categoría: **las ballerinas volvían a ocupar un lugar relevante dentro de la moda femenina**, con potencial para consolidarse como un básico de temporada y una pieza adaptable a distintos momentos del día.

El lanzamiento formaba parte de una plataforma global de Bata que conectaba la colección con la idea de movimiento, confianza y estilo personal.

Para el mercado chileno, el reto comunicacional consistía en traducir esa propuesta internacional a una lectura local **capaz de generar interés en consumidoras, medios, influenciadoras y puntos de venta.**

La colección necesitaba presentarse con códigos propios de moda, **manteniendo la cercanía, accesibilidad y comodidad asociadas históricamente a la marca.**



Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# INTRODUCCIÓN

El principal desafío estaba en ampliar el valor de la comodidad. En una categoría altamente visual, la comodidad funciona mejor cuando se expresa como parte del estilo de vida de la consumidora: una forma de moverse con seguridad, naturalidad y elegancia en la rutina diaria.

Por eso, el lanzamiento requería transformar una promesa funcional en una **propuesta de valor más completa, donde diseño, bienestar y versatilidad convivieran en una misma narrativa de producto.**

A ese escenario se sumaba la oportunidad de fortalecer el vínculo de Bata con la moda femenina actual. Victoria Ballerina permitía presentar una colección europea con una estética reconocible, una promesa simple y un uso transversal: oficina, ciudad, salidas, encuentros sociales y momentos cotidianos.

Se identifica una oportunidad clara: convertir la llegada de la colección a Chile en un lanzamiento con relevancia de moda, visibilidad pública y capacidad de activar conversación en torno a una ballerina cómoda, versátil y diseñada para acompañar distintos estilos de vida.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# PROPUESTA

La estrategia consistió en transformar el lanzamiento de Victoria Ballerina en una plataforma integral de moda y movimiento cotidiano. Para conectar la promesa global con el mercado chileno, **Bata desarrolló una lectura local centrada en el concepto “el ballet de tu vida”**: una idea que llevó la inspiración de la danza al terreno de la vida diaria, entendiendo cada rutina, trayecto y decisión de estilo como parte del movimiento propio de cada mujer.

El objetivo general fue posicionar Victoria Ballerina como una nueva colección exclusiva de Bata en Chile, capaz de **instalar a las ballerinas como una opción moderna, cómoda y versátil para el día a día.**

Asimismo, otros objetivos **fueron dar a conocer la llegada de la colección al mercado chileno**; vincular su origen europeo con una propuesta local de estilo; resignificar la comodidad como libertad de movimiento; demostrar la versatilidad del producto en distintas ocasiones de uso; generar cobertura en medios nacionales y regionales; activar vocería institucional; movilizar contenidos de influenciadoras y redes sociales; y asegurar presencia comercial en tiendas Bata y Bata.com.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# PROPUESTA

Los públicos prioritarios fueron consumidoras actuales y potenciales de Bata; mujeres interesadas en moda, comodidad y estilo cotidiano; medios de lifestyle, moda, tendencias y consumo; influenciadoras vinculadas a moda, baile y estilo de vida; audiencias digitales de la marca; equipos comerciales; y consumidoras que interactúan con Bata en tienda física y canales digitales.

**El mensaje central fue: Victoria Ballerina está pensada para el ballet de tu vida.** La colección invitó a caminar con comodidad, estilo y confianza en cada momento del día, transformando una pieza clásica del clóset femenino en una expresión actual de movimiento personal.

**La arquitectura de campaña se organizó en cuatro momentos:** generación de expectativa, revelación, experiencia y amplificación. Primero, se instaló la llegada de una colección europea de ballerinas. Luego, se comunicó su disponibilidad exclusiva en Bata. Después, la colección se presentó mediante una experiencia de moda con prensa e influenciadoras. Finalmente, el relato se amplificó a través de PR, contenidos, UGC, tiendas físicas y e-commerce.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# DESARROLLO

La ejecución comenzó con la adaptación local del concepto global. Bata tomó la promesa de comodidad y la tradujo a un territorio emocional, visual y cotidiano: “el ballet de tu vida”. Esta decisión permitió **presentar a Victoria Ballerina como una compañera para el movimiento diario, una ballerina creada para acompañar distintos momentos de uso y expresar estilo personal con naturalidad.**

**El segundo soporte fue la construcción de una plataforma de contenidos.** La campaña contempló piezas de inspiración, ideas de outfits, contenidos de producto, historias interactivas, formatos editoriales y recursos pensados para mostrar cómo la colección podía integrarse a distintas rutinas. El ecosistema digital trabajó con códigos de moda, música y movimiento, reforzando la idea de una colección flexible, femenina y cercana.

**El tercer soporte fue el evento de lanzamiento.** En octubre de 2025, Bata presentó Victoria Ballerina en Santiago mediante un desfile íntimo de moda. Bajo el styling de Gabi Cordero, la colección fue exhibida a través de seis propuestas de vestuario que recorrieron distintos momentos de uso: un look effortless con denim para el día a día, acentos sastreros para oficina, y alternativas para after office, cocktail y gala. La puesta en escena mostró la colección en movimiento y permitió demostrar su valor como complemento transversal, moderno y sofisticado.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# DESARROLLO

**El cuarto soporte fue la gestión de prensa y vocería**. La campaña incluyó press kit para medios nacionales y regionales, convocatoria de prensa para el evento, cobertura durante la actividad y texto para sociales de Velvet. Se incluye además la vocería de la gerente de Marketing de Bata Chile, quien aportó una lectura institucional del lanzamiento, conectando Victoria Ballerina con una mujer contemporánea que busca comodidad, elegancia, propósito y confianza en cada paso.

**El quinto soporte fue la disponibilidad comercial.** La colección quedó presente en todas las tiendas Bata del país y en Bata.com, con más de diez modelos que combinan diseño europeo, comodidad y versatilidad. Esta cobertura permitió que el lanzamiento conectara relato, experiencia y acceso al producto, facilitando que las consumidoras descubrieran la colección en medios, redes, tienda y canal digital.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

# RESULTADOS

La campaña Victoria Ballerina **logró más de 6 millones de impactos en el conjunto de acciones implementadas**, considerando medios, vitrinas, ejecución en tienda, PR, UGC, influenciadores, redes sociales y contenidos de campaña.

Redes sociales orgánicas aportaron visibilidad e interacción al lanzamiento, consolidando la presencia de Victoria Ballerina en Instagram y TikTok. En conjunto, ambos canales alcanzaron aproximadamente **365K personas, generaron 9K interacciones en Instagram y sumaron 20K visualizaciones en TikTok, con tasas de engagement de 12% en Instagram y 5% en TikTok.**

**La estrategia de PR logró 21 publicaciones en prensa, con un alcance estimado de más de 200K personas y una valorización aproximada de $10M.** Este resultado **alcanzó un 210% de cumplimiento frente al objetivo inicial**, equivalente a un +110% sobre la meta propuesta para la estrategia de prensa.

La estrategia de Influenciadores **amplificó el lanzamiento alcanzando a 150K personas superando en 50% la meta propuesta de 100K de alcance,** generando 200K reproducciones y obteniendo un 4% de engagement total. A través de perfiles vinculados a moda, baile, styling y lifestyle, la campaña mostró Victoria Ballerina en situaciones reales de uso y amplió su presencia en comunidades afines.

El Impacto comercial de la campaña **superó la meta de tráfico a tiendas, alcanzando un 102,5% de cumplimiento de footfall**, equivalente a un +2,5% sobre el objetivo previsto**. La categoría Women registró un +11% sobre la meta y un +12% frente al período comparable anterior**. **La categoría Ballerina concentró el mayor impacto, con un +95% sobre el objetivo** y un +135% frente al período comparable anterior.

Bata

PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL




Click en la imagen para ver el videocase

Bata



PREMIOS EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

*Bata*

# VICTORIA BALLERINA

**NÚMERO Y NOMBRE DE CATEGORÍA: 12. LANZAMIENTO DE PRODUCTOS**

**CAPÍTULO:** GENERAL

**TÍTULO DEL CASO:** "VICTORIA BALLERINA"

**NOMBRE EMPRESA: BATA CHILE**

**DEPARTAMENTO:** MARKETING - PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

**RESPONSABLE:** PANCHO GONZÁLEZ