



Boletín de prensa

“El gol de todas” es la nueva campaña impulsada por Ladysoft, apoyando la inclusión y la diversidad en el fútbol.

Mayo, 2022.- De acuerdo a estadísticas generales, en un partido de fútbol femenino se recibe el 50% menos público que un partido masculino. El 87% de las mujeres deportistas abandonan sus entrenamientos antes de los 25 años por el poco apoyo que reciben, y 6 de cada 10 mujeres deben escoger entre su familia o su carrera.

Ante esta realidad, la marca Ladysoft propone promover espacios de apoyo y sororidad donde cada mujer pueda sentirse libre de ser quien quiere ser, dejando atrás los paradigmas sobre fútbol y mujeres en general. “El objetivo es promover la inclusión y diversidad en un deporte que ha sido tradicionalmente visto como de hombres”, puntualizó María Elisa Rivero, Gerente Comercial.

En una presentación oficial en la Sala de prensa del estadio Capwell se pudo conocer detalles de la nueva campaña denominada **“El gol de todas”** impulsada por la marca, y se formalizó auspicio para apoyar a las 22 jugadoras del equipo de fútbol femenino del Club Sport Emelec.

“Para nosotros es importante destacar el rol de la mujer en la sociedad. Queremos unión entre las mujeres, buscando cambiar el mundo en cada acción y marcar la diferencia con nuestro propósito de marca. Por ello, vamos a divulgar historias reales de sororidad, sobre todo en el deporte, un espacio en el cual han recibido muy poco apoyo” comentó Juan Pablo Herrera, Senior Brand Manager de Personal Care.

Para Valeria Ramirez, jugadora del Club Sport Emelec, llegar a formar parte del equipo ha sido todo un reto: “La principal barrera que tuve que afrontar fueron los comentarios de personas que me decían que estaba en el deporte equivocado para mí, que este campo es de hombres, y un sin número de pensamientos negativos que nunca me detuvieron. En esta disciplina del fútbol he aprendido que es necesaria la colaboración de todas en el equipo para lograr vencer al rival de turno y a los estereotipos”, afirma.

El propósito de Ladysoft es hacer del apoyo mutuo la única regla como mujeres, para así lograr que el mundo sea un mejor lugar para todos. En esta línea, la marca realizará varias actividades con el objetivo de maximizar el mensaje y concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de reconocer el valor y la aportación de cada mujer en este y todos los ámbitos donde se desarrollan.

Pie de foto (de izquierda a derecha): Maria Elisa Rivero, Gerente Comercial de Ladysoft, Ivonne Tufiño, Presidente de la comisión de fútbol femenino CSE, Jazlin Guerrero, Volante 5 de las eléctricas, Juan Pablo Herrera, Senior Brand Manager de Personal Care de Laysoft y Ruth Chaguay, Analista de Marketing de Ladysoft.

Acerca de Softys

Softys es una compañía global y líder en el mercado de América Latina, con más de 40 años de experiencia en el desarrollo de productos y soluciones para el cuidado de las personas, con diferentes marcas de higiene y limpieza. Parte de Empresas CMPC, está presente en Chile, Brasil, Argentina, México, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Su propósito es desarrollar marcas que entreguen el mejor cuidado que las personas necesitan en su día a día y en cada etapa de sus vidas.

Acerca de Ladysoft

Ladysoft entra en la categoría de Cuidado Femenino en Chile en el 2003, mientras que la primera venta en el mercado ecuatoriano se la realizó en Abril 2012.

A lo largo de los años, mediante diferentes campañas como “Lady de hoy”, “Traductor” y “Puertas”, y el manejo de portafolio adecuado para cada ocasión, hemos logrado consolidar nuestra presencia en 3 de cada 10 hogares ecuatorianos.

Hoy entendemos que este viaje es cada día más fascinante, porque son las mujeres las que toman cada vez más protagonismo.

Para mayor información:

Esthela Indacochea A.

Asesora de Comunicación

0999-093840