

LLORENTE & CUENCA

CONSULTORES DE COMUNICACIÓN



Categorías: 1. Campaña general de comunicación institucional
11. Eventos

Título del programa: Xacobeo 2010, Camino de Récorde

Nombre de la compañía: Xacobeo 2010

Consultoría de comunicación: LLORENTE & CUENCA

Responsable del plan de comunicación: Tomás Matesanz, Director de Cuentas en la oficina de Madrid de LLORENTE & CUENCA

Introducción

Xacobeo 2010 es una empresa pública, dependiente del Gobierno Autónomo de Galicia, que nace con el fin de ensalzar los valores del Camino de Santiago y de Xacobeo: Espiritualidad, Proyección nacional e internacional de Galicia y Turismo. El Camino de Santiago es uno de los mayores hitos de peregrinación espiritual, cultural y turística del mundo que se remonta a la Edad Media. Desde entonces millones de peregrinos han llegado a Santiago de Compostela. El año Xacobeo se produce cuando el 25 de julio, día del Apóstol Santiago, coincide en domingo, situación que se produce con una frecuencia de 6, 5, 6 y 11 años, también desde la Edad Media. El próximo Xacobeo será en 2021.

LLORENTE & CUENCA, formando una alianza estratégica con OCTO, fue seleccionada mediante concurso público por la Xunta de Galicia para desarrollar el Plan Estratégico de Comunicación de Xacobeo 2010.

El contexto inicial del que parte Xacobeo es el siguiente:



LLORENTE & CUENCA, en alianza con la agencia OCTO, fue contratada por Xacobeo 2010 para llevar a cabo su **Plan Estratégico de Comunicación**. Tras hacer un estudio de necesidades de comunicación, percepción y posicionamiento de marca y detectar las posibles dificultades a las que se enfrentaba, se marcaron los objetivos, que consistieron principalmente en: aumentar el número de turistas a Galicia ampliando el perfil de los mismos (edades, procedencia, poder adquisitivo, etc.), aumentar el número de peregrinos con respecto a 2009 y al anterior Xacobeo 2004 y posicionar la marca Xacobeo y Galicia como sello de calidad turística y cultural en España y en todo el mundo.

El ámbito de aplicación de la campaña tuvo lugar en todas las Comunidades Autónomas españolas, con especial atención a las Comunidades por las que transcurre el Camino de Santiago.

_El Reto:

Como agencia de comunicación de Xacobeo, LLORENTE & CUENCA se fijó los objetivos del plan:

- Conseguir una mayor afluencia de peregrinos y turistas a Galicia (con respecto a 2009 y al Xacobeo 2004).
- Situar a Galicia como destino turístico y cultural de calidad en España y en el mundo a través de una oferta cultural y turística de peregrinaje única.
- Ampliar el perfil del peregrino: ampliando el rango de origen, destino, distintas edades y nuevos públicos hacia Xacobeo y hacia el propio Camino de Santiago.
- Promocionar los diez caminos o rutas que provienen de Europa: Camino Francés, Camino Inglés, Camino Portugués, Camino Portugués por la Costa, Camino de Fisterra-Muxía, Camino del Sudeste-Vía de la Plata, Camino Primitivo, Camino del Norte, Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla y Camino de Invierno.

_Principales hitos de la campaña que marcaron los objetivos:

La puesta en marcha de la campaña tuvo lugar en marzo de 2010.

La presentación oficial de Xacobeo en Madrid se programó el 10 de junio.

El punto álgido de la campaña fue el día 25 de julio, día del Apóstol Santiago, patrón de España, en el que se contó con la visita de Su Majestad el Rey acompañado de grandes autoridades diplomáticas.

Dos fechas importantes que también marcaron la planificación del evento fueron el mes de noviembre con la visita del Papa a España y diciembre con el fin del Xacobeo 2010.

_Públicos a los que se dirige la campaña:

Cabe resaltar que el perfil de peregrino ha cambiado en los últimos años y con él las fuentes de información a las que recurre, por esta razón fue muy importante para el proyecto llevar a cabo una intensa estrategia de Comunicación Online y de Relaciones Públicas.

_El Trabajo:

Para la consecución de los objetivos LLORENTE & CUENCA se centra en una estrategia basada en cuatro pilares:

Consultoría estratégica: Asesoría general en comunicación, Identificación de oportunidades de comunicación turística y cultural, Posicionamiento de Marca, Definición de mensajes y contenidos, Formación de portavoces, Análisis y prevención de riesgos (Crisis), Apoyo a Campañas Publicitarias, Planes de Comunicación individualizados sobre hitos de programación, apoyo de patrocinadores.

Comunicación online: Multiplicación de la presencia de Xacobeo en los principales espacios de participación en la Red: Facebook, Blogs, YouTube, Twitter, Flickr; conversión de la Agenda Blog de eventos del Xacobeo en principal referencia sobre su programación para los blogs de aficionados a la música y la cultura; gestión de una auténtica comunidad online de peregrinos en torno a los Xacoblogs del sitio web de Xacobeo, Facebook y Twitter; aplicación diaria de la Escucha Activa para la identificación de públicos y definición de mensajes.

Relaciones con los medios: Gabinete de prensa continuado, elaboración de materiales informativos, gestión del Centro de Prensa, contactos con periodistas clave, monitorización y análisis de resultados.

Relaciones Públicas: Promoción Turística y Promoción Cultural a través de la movilización de líderes de opinión y "trend setters", Media Tours, generación de eventos públicos de impacto, presencia de celebridades en el Camino.

_Acciones llevadas a cabo:

De izda. a dcha.: Manuel Fraga, Alberto Ruiz Gallardón, José Blanco, Alberto Nuñez Feijóo, Esperanza Aguirre, Mariano Rajoy y José Ramón.

Presentación de Xacobeo 2010 en Madrid. Asistieron los principales actores institucionales, políticos, económicos, así como los grupos de interés para Xacobeo (empresarios, turismo, hosteleros, etc).

Se realizó una rueda de prensa en la casa de Galicia en Madrid en la que compareció el presidente de la Xunta, Alberto Nuñez Feijóo junto a personalidades gallegas de gran relevancia como José Blanco, ministro de Fomento; Mariano Rajoy, presidente del Partido Popular; Manuel Fraga, ex presidente de la Xunta y Senador; además de la participación de Esperanza Aguirre, presidenta de la Comunidad de Madrid y el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón.

Cubrieron el acto más de 40 medios y se generaron más de 100 repercusiones.

Aproximación a los líderes de opinión de los eventos principales de la programación cultural de Xacobeo como el MTV Galicia; concierto de Diana Krall y Elvis Costello; concierto de Mark Knopfler, "Festival Xacobeo 10" en el que participó Muse y Pet Shop Boys, entre otros; exposición de Candida Höfer; A Festa dos Mundos que incluía el concierto de Africa Express con Damon Albarn a la cabeza y al que asistieron cerca de 100.000 personas; concierto de Leonard Cohen; concierto de Lang Lang, Anne Sophie Mutters, etc.

Concierto del músico español Carlos Nuñez



Ejecución del plan de comunicación

_Alcanzar los objetivos planteados pasa por:

- Convertir a los periodistas y medios de comunicación de ámbito nacional y de las diferentes Comunidades Autónomas en aliados para la transmisión de las iniciativas y valores del Xacobeo: cultura, turismo, ocio, naturaleza, gastronomía, patrimonio artístico...
- Promover la publicación / emisión de informaciones sobre los diversos aspectos de Xacobeo 2010 en los medios más idóneos en cada caso para llegar a los diferentes públicos identificados.
- Desarrollar una táctica de activos en Internet que fortalezca los contenidos gestionados por Xacobeo 2010 en clave de encontrabilidad para los buscadores y usabilidad para los internautas.
- Implementar una operativa de participación en la Red que incremente las conexiones del Xacobeo con los miembros más influyentes de sus comunidades online de referencia.
- Generar un clima de opinión general que valore positivamente las actuaciones emprendidas por la Xunta de Galicia en relación al Xacobeo 2010, y las identifique con las políticas económicas, culturales y sociales desarrolladas por el gobierno de la Xunta para la proyección nacional e internacional de Galicia.

_Todo ello se concreta en:

- La publicación periódica en prensa nacional -diarios, suplementos, revistas- de reportajes de calidad por tratamiento y amplitud, sobre los diversos enfoques del Xacobeo.
- La actualización regular de contenidos útiles para los interlocutores prioritarios de Xacobeo en Internet (periodistas, peregrinos, turistas, autoridades...).
- La generación de artículos de opinión firmados por destacados columnistas de la prensa escrita, que aporten una visión positiva del Xacobeo.
- La propagación de referencias y vinculaciones al Xacobeo en fuentes autorizadas de opinión en las Redes.
- La emisión frecuente de espacios televisivos centrados en el Xacobeo.
- La dispersión de contenidos multimedia sobre el Xacobeo en agregadores sociales de videos (YouTube), presentaciones (SlideShare), documentos (Docstoc), imágenes (Flickr), favoritos (Delicious), etc.
- La presencia habitual del Xacobeo en las tertulias de programas líderes de radio y televisión.
- La participación activa del Xacobeo en las redes sociales Twitter y Facebook para dialogar con sus potenciales usuarios.
- La difusión de las actividades programadas por Xacobeo (eventos, hitos) en los medios nacionales e internacionales.
- Una amplia cobertura en medios regionales y locales, a partir de informaciones particularizadas.
- La publicación de reportajes en la prensa especializada en temas y sectores de interés para Xacobeo, así como en medios dirigidos a grupos muy determinados.
- La creación de una base documental (informativa, cultural) que permita la proyección de Xacobeo 2010 en los años venideros.

- El mantenimiento de una Sala de Prensa 2.0 que promueva la difusión de los eventos, la cobertura de las noticias y la descarga de documentación del Xacobeo 2010 desde la Red, potenciando la accesibilidad y propagación de esas informaciones.

Elaboración de un Plan de Contingencias:

- Con el antecedente de lo sucedido en Alemania -donde tuvo lugar una avalancha humana en un concierto de música tecno al que acudieron 1,4 millones de personas, produciéndose la muerte de 19 personas y 342 heridos-, Xacobeo 2010 solicitó la preparación de un plan de contingencias específico para los actos en los que estuvieran previstas asistencias masivas. Dentro del Plan, se elaboró un protocolo de comunicación ante incidencias que identificaba los riesgos asociados a eventos con asistencia masiva de espectadores y que definía las actuaciones en materia de comunicación que deberían desarrollarse en caso de incidencias graves (afectan a personas -muertos, heridos o dañados en general-; causan desórdenes públicos que requieren la intervención de las fuerzas de seguridad; afectan seriamente al normal desarrollo de la vida ciudadana; o generan críticas de terceros, con repercusión mediática, relacionadas con la gestión del evento).

Evaluación

El trabajo realizado por LLORENTE & CUENCA se ha traducido en los siguientes resultados:

- **Éxito económico** a pesar del actual entorno de crisis y un presupuesto menor que en 2004 (un 40 % menos). Los expertos cifran en cinco décimas el impacto de Xacobeo en el PIB de Galicia, lo que se traduce en una aportación de **250 millones de euros** de valor añadido al PIB. (Fuente: Banco BBVA).
- Más de **6.000 impactos** en medios.
- **9.359.000 turistas** visitaron Galicia en 2010, un 22% más que en Xacobeo 2004 (Fuente: Instituto Nacional de Estadística), Galicia se convierte en uno de los destinos turísticos con mayor ocupación hotelera en verano debido al Xacobeo. (Fuente: Confederación Española de Hoteles; Cehat)
- **7 millones de personas** asistieron al programa cultural de Xacobeo 2010 (2.000 eventos), siete veces más que en el anterior Xacobeo. La Programación recorrió **13 países** (Alemania, China, Japón, Eslovaquia, Estados Unidos, Rumanía, Bulgaria, Francia, Italia, Portugal, Brasil, Bélgica y Argentina). (Fuente: Consellería de Cultura y Turismo de la Xunta de Galicia)
- **272.135 peregrinos**, 58% más que en Xacobeo 2004. (Fuente: Oficina del Peregrino de Santiago de Compostela)
- Los extranjeros eligieron el Camino de Santiago como **destino turístico**, en particular, los peregrinos alemanes, italianos, franceses, portugueses e ingleses. (Fuente: Oficina del Peregrino de Santiago de Compostela)
- El Camino de Santiago suscita gran interés en Estados Unidos, Brasil, Canadá, México, Argentina, Venezuela y Colombia. Crece el número de peregrinos surcoreanos, australianos y japoneses. (Fuente: Oficina del Peregrino de Santiago de Compostela)
- Xacobeo.es consiguió **1.928.917 visitas**, **1.432.475 usuarios únicos**, **5.097.818 páginas vistas**.
- Programación Xacobeo 2010 en la Red: **3.257 usuarios de newsletter**.
- Creación de **17 microsites**. Ejemplos: Xacobeo Classics, Xacobeo Raíces, Concurso Escolar, Xacobeo Film, etc.
- **16.843 miembros** de la comunidad de peregrinos.
- **62.890 miembros** de la comunidad de eventos.
- **5.592 seguidores** en Facebook Camino.
- **432 miembros** en YouTube.
- **962 miembros** en Twitter.
- **1.229 miembros** en Twitter eventos.
- **61.661 seguidores** en Facebook programación.
- Más de **16.000 interacciones** con usuarios.
- **800.000 visitas** desde **6.700 webs**.



Demostración de resultados obtenidos:

Los métodos de medición elegidos teniendo en cuenta la comunicación llevada a cabo fueron:

Comunicación offline

Se han alcanzado más de 6.000 impactos y se ha utilizado el **valor publicitario** para determinar la efectividad en cuanto a la inversión inicial realizada por Xacobeo, es decir, el ROI. El VPE alcanzó más de 55 millones de euros.

Comunicación online

En cuanto a la Comunicación online se utilizaron las siguientes herramientas de medición:

- Google Analytics en cuanto a tráfico (usuarios únicos, visitantes, enlaces,...) de la página web xacobeo.es
- Los resultados de registros en la página web y suscripción a las newsletter así como el número de comentarios en xacobeo.es se obtuvieron a partir de las estadísticas de la propia página web.
- Las propias herramientas de medición de cada uno de los espacios en los que Xacobeo estaba presente (Facebook, Twitter, Flickr y YouTube).
- Las menciones las obtuvimos a partir de la monitorización que se realizaba a diario y que rastreaba la información de los principales buscadores.

<http://www.xacobeo.es/es>
<http://www.facebook.com/Xacobeo2010>
http://twitter.com/#!/xacobeo_ca
<http://www.facebook.com/CaminoXacobeo>
http://twitter.com/#!/camino_xacobeo
<http://www.xacobeo.es/es/perfil/mobis>

<http://www.xacobeo.es/es/perfil/ivar>
<http://camino.xacobeo.es/es/comunidad-peregrinos/foro>
<http://prezi.com/urtilyulqif/xacobeo-2010/>
<http://www.youtube.com/user/XacobeoVideo>
<http://www.flickr.com/photos/xacobeo/>

