

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

A. Introducción

SAN CRISTOBAL ES UNA MUTUAL Y LA SOLIDARIDAD ESTA EN SU ESENCIA

San Cristóbal, desde sus inicios como aseguradora, apoyó el arte, la cultura y la educación. Hace cinco años, con motivo de su 70º Aniversario, la Compañía decidió ampliar su compromiso con la comunidad y realizó una fuerte acción de inversión social, mediante la cual atendió necesidades básicas de 5 instituciones que trabajan por los niños en 5 ciudades del país. En 2012, dio inicio al programa “Compromiso Agua potable”, destinado a proveer de este vital elemento a comunidades e instituciones de todo el país que carecen del mismo y que abarcó a más de 70 proyectos.

En 2015, a la hora de celebrar su 75 Aniversario, San Cristóbal buscó repetir la experiencia y decidió nuevamente desarrollar una importante inversión social, con el fin de **dejar un legado a la sociedad y un espacio de expresión artística a futuras generaciones. Así nació “Espacio 75”**, una iniciativa que tuvo como fin adaptar y poner en valor tres espacios públicos en las ciudades de Córdoba, Rosario y Mar del Plata para que allí se realicen actividades artísticas, formativas y de entretenimiento. Las tres sedes interactúan y conforman una **verdadera red cultural**.

En Córdoba, “Espacio 75” funciona en la planta baja del Centro Cultural Alta Córdoba. En **Mar del Plata**, en el histórico galpón de la Cooperativa Eléctrica. Y en **Rosario**, dentro del Galpón 11 de la Ciudad Joven (el Galpón de la Música).

B. Desarrollo del Programa

- Objetivos.

El principal objetivo de este ambicioso proyecto denominado **“Espacio 75”** -en alusión al 75 aniversario de la Compañía- fue transformar esta Red de Centros Culturales en una verdadera usina de inclusión, formación y capacitación, además de un espacio de intercambio de expresiones artísticas y culturales.

Además, **“Espacio 75”** buscó:

- Ser un espacio de encuentro e intercambio de diversos actores de la cultura:** artistas, productores, público.
- Poner a disposición un espacio físico adecuado para exponer sus producciones**, cubriendo los requerimientos necesarios para dicho fin.
- Brindar formación a nuevos artistas a mediante** herramientas y capacitación, y prestando especial atención a la difusión de artistas locales.

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Boronovo Publicidad.

-Crear nuevas audiencias, tanto desde la difusión de producciones como de las actividades formativas.

“Quisimos repetir la experiencia altamente positiva desarrollada con motivo de nuestro 70 aniversario, pero esta vez potenciando un espacio que permita el desarrollo de la comunidad a través de la expresión artística y cultural”, afirma Eduardo Sangermano, CEO del Grupo San Cristóbal.

TRES SECTORES DE LA SOCIEDAD, PRIVADO, PÚBLICO Y ONG/FUNDACIÓN CONFLUYEN EN ESTE PROYECTO.

“Espacio 75” es un modelo de cooperación que involucra al sector público, privado y el tercer sector.

-San Cristóbal fue promotor de la idea y motor del proyecto. Con una inversión de más de 9 millones de pesos aportó el capital necesario para refaccionar los espacios.

-El Estado Municipal de Córdoba es el administrador de su patrimonio y el encargado de afrontar los costos fijos de gestión de los espacios.

-Los socios gestores son personas físicas o fundaciones de fuerte arraigo en la comunidad artística local que trabajan en conjunto con los municipios, o de manera autogestiva, cuyo perfil está ligado a la figura del gestor cultural. Son los responsables de desarrollar contenidos y actividades para que **“Espacio 75”** se convierta en una propuesta de valor local. Su involucramiento permitirá asegurar pluralidad, autonomía, continuidad y viabilidad al proyecto.

“Pensamos en un modelo de cooperación donde confluyan tres sectores de la sociedad: privado, público y ONG/fundación, asegurando la pluralidad y autonomía en cada plaza”, sostuvo Darío Trapé, Presidente de San Cristóbal Seguros.

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

-Ubicación del proyecto: lugar o área de influencia.

“Espacio 75” en Córdoba.

-En **CÓRDOBA**, **“Espacio 75”** está ubicado en el Centro Cultural Alta Córdoba, anteriormente el Mercado de Alta Córdoba, que fuera donado por la familia Firpo en 1925 para realizar actividades de interés comunitario, lo que le da un rol histórico importante y un gran valor afectivo para todos los cordobeses.

-La inversión en la obra de refuncionalización del mismo contempló una significativa mejora de los espacios actualmente habilitados en el centro cultural, así como la incorporación de nuevos espacios mediante una adecuación técnica y arquitectónica que posibilitó incrementar alternativas para el desarrollo de las actividades culturales del lugar. Cabe destacar que ninguna de las mejoras propuestas afectó la dimensión patrimonial del lugar.

-El socio gestor es la **“Red de productoras de Córdoba”**, un grupo de mujeres dedicadas al Management y la producción de artistas cordobeses, quienes trabajan también en la gestión de diversos proyectos artístico-culturales en articulación con instituciones públicas y privadas, promoviendo el desarrollo local y la proyección de un circuito nacional.

-**“ESPACIO 75” Córdoba** cuenta, además, con la figura de padrino. **Juana Molina y Vivi Pozzebón** son las encargadas de aportar su visión ante determinadas decisiones o actividades. Y dispone de un **Consejo Asesor** que tiene como misión principal monitorear las diferentes acciones con el objetivo de garantizar la viabilidad de los espacios y nuclear a los 3 sectores que participan del emprendimiento.

Manos a la Obra: En sólo seis meses los “Espacio 75” de Rosario, Córdoba y Mar del Plata se hicieron realidad.

“Espacio 75” fue un proyecto ambicioso. No sólo había que ponerlo en marcha sino también comunicarlo. Todos los públicos, y especialmente los jóvenes, tenían que enterarse que empezaba a gestarse una verdadera usina de inclusión, formación y capacitación. Un espacio que los iba a albergar y donde iban a poder intercambiar ideas y expresiones artísticas y culturales. Tenían que se apropiarse del lugar como espectadores y/o generadores de contenidos.

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

C. Plan de Acción – Comunicación:

La comunicación del proyecto tuvo **3 etapas:**

ETAPA 1: LANZAMIENTO

En el mes de marzo de 2015, se realizó la firma del acuerdo y presentación del proyecto. El anuncio se efectuó a través de una conferencia de prensa en el espacio elegido, en la que participaron el Secretario de Cultura de la Municipalidad de Córdoba junto a los padrinos del proyecto, socios gestores y autoridades de San Cristóbal.

Se creó la marca **“Espacio 75”**. Se puso en marcha el micrositio “Espacio75” www.espacio75.com.ar donde se iban contando los avances del proyecto. Y se abrieron perfiles del Espacio en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

Asimismo, el área de Comunicación de San Cristóbal, en conjunto con la consultora Estudio de Comunicación preparó los documentos necesarios para que todos los voceros de la Compañía (Presidente, CEO y Gerentes) transmitieran un mensaje unívoco.

Los medios de comunicación locales, principales públicos en esta etapa, recibieron un kit de prensa con toda la información del proyecto: comunicado de prensa, renders de los espacios, fotos de los eventos, etc. Además, se les entregó de regalo un headphones, en consonancia con el proyecto.

El proyecto también debía llegar a la prensa nacional y del sector. En el mes del periodista, San Cristóbal decidió contar y celebrar con ellos esta “buena noticia”. Fue así que estos medios recibieron el headphone junto a una tarjeta de salutación que, además, anunciaba el proyecto.

ETAPA 2: INAUGURACIÓN

En el mes de Julio de 2015, la refuncionalización de los centros estuvo terminada. Sólo quedaba prepararse para el gran show inaugural.

Una vez más, la estrategia de comunicación estuvo pensada para llegar a los principales transmisores de la noticia: periodistas y líderes de opinión.

La apertura de cada “Espacio 75” se realizó a través de un mega show musical, como el proyecto lo ameritaba. En Córdoba, Kevin Johansen y Liniers fueron los encargados de abrir el show.

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

Una semana antes del show, los periodistas y líderes de opinión de Córdoba, recibieron una invitación especial para asistir al evento junto a un acompañante. También fueron invitados los empleados de San Cristóbal. Para ello se crearon piezas de comunicación específicas que se enviaron a través de canales digitales internos.

A través de Twitter y Facebook se invitaba a la comunidad a votar la canción favorita con la que cada artista abriría el recital. A su vez, cada show se podía seguir por streaming. Para ello se promocionó fuertemente a través de una estrategia de redes sociales que permitió la difusión del proyecto y de los shows.

La inauguración fue acompañada con una potente estrategia publicitaria que comprendía: PNTs en los principales programas radiales y avisos publicitarios dando a conocer la apertura del Espacio a la comunidad en La Voz del Interior.

El día de la inauguración de “Espacio 75” Córdoba, más de 200 personas se juntaron voluntariamente en la puerta de ingreso al Centro Cultural lo que hizo que se improvisara un escenario en la vereda para que Kevin Johansen y Liniers los deleitaran con sus canciones favoritas.

ETAPA 3: TELEVISACIÓN

“Espacio 75” debía trascender la plaza y llegar a públicos cercanos a los centros culturales y a ciudades en las que San Cristóbal está presente.

Durante los últimos 3 fines de semana de agosto de 2015, TELEFE emitió para toda su cadena interior y TELEFE Internacional, tres programas documentales sobre “Espacio 75”. Con la conducción de Antonio Birabent, cada programa hizo un recorrido por todo el proceso de gestión de los espacios y emitió parte de los shows grabados de Aznar, Johansen y Liniers y Babasónicos.

Ingresando al siguiente links se podrá acceder al show de apertura de ESPACIO 75 Córdoba.

- CÓRDOBA: <https://www.youtube.com/watch?v=mf0EOHv8jH0>

A continuación, un resumen del proceso de construcción del espacio:

- CÓRDOBA: <https://www.youtube.com/watch?v=Lzm0cfEqyd8>

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

ETAPA 4. “ESPACIO 75” HOY.

“Espacio 75” Córdoba se encuentra desarrollando una nutrida agenda cultural y ofrece actividades artísticas, formativas y de entretenimiento. Ingresando a <https://www.facebook.com/espacio75?fref=ts> / <https://twitter.com/Espacio75?lang=es> se puede seguir la programación mensual.

En el primer año de funcionamiento, por “Espacio 75” (Rosario, Córdoba y Mar del Plata) pasaron:

- **+ de 267 artistas** locales, nacionales e internacionales.
- **+ de 17.000 personas** disfrutaron de los shows.
- **+ de 20.000 personas** participan de actividades formativas (escuelas, talleres, clínicas y masterclases).

“Espacio 75” Córdoba cuenta con la presencia de la marca **San Cristóbal** a través de estática en el lugar y presencia en todas las comunicaciones emitidas en carácter de auspiciante, durante 5 años. Además, la Compañía posee fechas para utilizar el Espacio, otorgando a la comunidad acciones especiales.

A través de todas estas etapas se trabaja fuertemente en la comunicación interna al personal de San Cristóbal y de las empresas que componen el Grupo San Cristóbal, y de la red de Productores Asesores vinculadas a la marca.

D. Resultados cualitativos y cuantitativos de presencia en Medios.

- A través de todas estas etapas se trabajó fuertemente en la comunicación interna al personal de San Cristóbal Seguros.
- Los resultados de la **campaña de relacionamiento con los medios** de comunicación pudieron verse reflejados no sólo en el vínculo establecido con los periodistas y líderes de opinión, sino en las repercusiones de prensa y su valorización monetaria, cuyo ROI ascendió a la suma aproximada de \$14 millones de pesos.
- Los resultados de todas las **convocatorias** fueron exitosos, ya que a las tres plazas asistieron los medios y líderes de opinión más importantes e influyentes.
- **Más de 100 publicaciones en Medios gráficos, radiales y televisivos.** Durante seis meses los principales medios de cada plaza publicaron información sobre el lanzamiento, puesta en marcha, proceso e inauguración de los Espacios.

Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”**.

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

- En todas las notas hubo siempre mención de marca, y entrevistas a los voceros, padrinos o músicos.
- Asimismo, se logró que un abanico de **agentes de difusión** pudieran brindar a los Medios distintas perspectivas de un mismo proyecto. Desde San Cristóbal, los medios tuvieron la palabra tanto del CEO del Grupo como del Presidente, de la Responsable de RRII y del Gerente de cada Sucursal.
- **Más de 150 periodistas y líderes de opinión** de las tres plazas recibieron invitación para asistir a los shows y fueron contactados en forma personalizada.
- Los **principales medios de cada plaza estuvieron presentes** tanto en la firma del proyecto como en la inauguración:
 - **Gráfica:** La Capital de Rosario, el Litoral de Santa Fe, Rosario 12, *La Voz del Interior, Comercio y Justicia, Día a Día*, La Capital de Mar del Plata y El Atlántico, se hicieron eco de la iniciativa y brindaron una amplia cobertura.
 - **Radio:** LT8, Radio 2, Mitre, Radio Clásica, Radio Universidad de Rosario, Radiofónica, Fahrenheit, *Cadena 3, Mitre Córdoba, FM Mía, FM Popular*, LU6, LU9 y Radio Brisas de Mar del Plata.
 - **TV:** Los principales canales de TV de cada plaza cubrieron la iniciativa: Canal 3 y Canal 5 de Rosario; *Canal 12, 8 y 10 de Córdoba* y Canal 8 y 10 de Mar del Plata.
 - **Medios On line:** Más de 40 medios online fueron amplificadores de la información.
 - **Micro Site.** Actualizaciones constantes sobre el proyecto. Interacción a través de redes / playlist de los shows. Más de **2000 visualizaciones** en vivo vía streaming de los shows.
- **Redes Sociales**
 - **#Espacio 75 (lanzamiento):**
 - Streaming online a través de la Web de Espacio 75. + 1300 fans orgánicos en un mes.
 - Trending topic local con el hashtag #Espacio 75 + 211.000 impresiones.
 - **FACEBOOK:** 5718 fans actuales con los que compartimos imágenes, agenda de shows y actividades, opiniones, consultas y sugerencias.
 - **INSTAGRAM:** 133 publicaciones. 499 seguidores. 24 etiquetas.



Categoría: Relaciones con la Comunidad - RSE

Título del Programa: **“Espacio 75”. Un legado cultural de San Cristóbal Seguros, en el marco de su 75 Aniversario”.**

Nombre de la Compañía: San Cristóbal Seguros.

Departamento de Comunicación de San Cristóbal Seguros

Consultoras: Estudio de Comunicación – Borgonovo Publicidad.

- **TWITTER:** 806 seguidores. 783 tweets publicados. 10.100 impresiones (últimos 90 días)
- **YOUTUBE:** + de 48.486 reproducciones totales. 9 videos publicados

El recital de Kevin Johansen y Liniers, que dio inicio a “Espacio 75 – Córdoba”, quedó plasmado en un DVD, junto a los recitales de Babasónicos en Mar del Plata y Pedro Aznar en Rosario.

Los invitamos a conocer este ambicioso proyecto denominado ESPACIO75 ingresando a www.espacio75.com.ar

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/espacio75?fref=ts>

TWITTER: @espacio75

YOUTUBE: <https://goo.gl/1xuB3S>