

## **ÍNDICE**

<b>Introducción</b>		<b>2</b>
<b>Medios Convencionales</b>		<b>2</b>
<i>Plan de Medios</i>	<i>Anexo 1</i>	
<b>Medios Electrónicos</b>		<b>4</b>
<i>Web site oficial</i>		<i>5</i>
<i>Redes Sociales</i>		<i>7</i>
<b>Otras herramientas de difusión</b>		<b>8</b>
<i>Programa de mano</i>		<i>8</i>
	<i>Anexo 2</i>	
<i>Cartelería de la temporada</i>		<i>10</i>
	<i>Anexo 3 y 4</i>	
<i>Revista Taurodelta</i>		<i>11</i>
	<i>Anexo 5</i>	
<b>Relación con medios de comunicación</b>		<b>12</b>
<b>Resumen de inversión en publicidad</b>		<b>16</b>

## **PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN. PLAN DE PUBLICIDAD**

Taurodelta considera que la publicidad, entendida como el conjunto de herramientas y actividades destinadas a la mayor difusión de iniciativas, es pieza clave dentro de su plan de gestión para la Plaza de Toros de Madrid.

Entendemos que este aspecto debe entenderse hoy no sólo como la realización de un plan para la inserción de anuncios en medios impresos, cuñas radiofónicas, spots de TV o banners en medios electrónicos sino como la generación de nuevas herramientas de comunicación directa con los aficionados a la Fiesta y, muy especialmente, con una nueva generación de potenciales espectadores.

En este sentido proponemos desarrollar las siguientes actividades:

### **MEDIOS CONVENCIONALES:**

- **Plan de inserción de anuncios** en medios para la divulgación de actividades, taurinas y no taurinas, que tengan como eje la marca “*Plaza de Las Ventas*”, buscando siempre asociar esa marca a criterios de calidad y servicio.

Este plan obedecerá a los siguientes **criterios:**

- **Potenciar** aquellos **eventos** que, por su presumible menor presencia mediática espontánea, requieran una mayor dedicación, tales como festejos programados fuera de las grandes ferias, festejos con especiales características de promoción (precios especiales, etc.) o festejos que

ayuden a potenciar la divulgación de los valores menos conocidos de la Fiesta (corridos concurso, encastes de especial interés, rivalidad entre matadores, etc.).

- Potenciar el concepto de la Plaza de las Ventas como genuina y única **plaza de temporada** en el mundo.
  - **Fidelización de potenciales espectadores** a determinadas piezas o programas divulgativos o informativos. En este sentido Taurodelta procurará llegar a acuerdos con los medios para la utilización de formatos menos convencionales, como micro espacios, concursos, etc.
  - Utilización de una **estética actual y atractiva** en el diseño de las piezas gráficas, visuales y sonoras.
  - Asociar la comunicación publicitaria, sus claims y copys con **aspectos emocionales de la Fiesta**, primando conceptos como valor, diversidad, arte y cultura.
- Además del plan base de inserciones, orientativo y que se acompaña (**documentación gráfica 1**), desarrollaremos un **plan complementario** de presencia en medios a través de piezas relacionadas con la información, la divulgación y el entretenimiento.

Para ello llegaremos a acuerdos con los distintos medios para la programación de otros formatos, acordes con las características y posibilidades de cada medio. Entre estos formatos negociaremos, a modo de ejemplo, las siguientes opciones.

- **Espacios y micro espacios informativos y divulgativos** sobre la actualidad de la Plaza, su oferta taurina, cultural y de entretenimiento. De utilización en medios impresos, radio, TV y portales taurinos.
  - **Gala de triunfadores de Las Ventas.** A programar al final de cada temporada. Programa de TV en el que se resalten los aspectos más atractivos de su oferta y de los éxitos de matadores y ganaderos. De utilización en medios TV, preferentemente Canal+Toros y / o Telemadrid.
- Para la realización de las actividades mencionadas, Taurodelta contratará con reconocidas agencias de publicidad y de medios.
  - La inversión prevista para lograr los objetivos mencionados es de **600.000 €**, precio de tarifas.

#### **MEDIOS ELECTRÓNICOS:**

La comunicación on line es hoy una herramienta sustancial en la actividad de marketing de empresas e instituciones. Taurodelta potenciará esta herramienta a través de mejoras sustanciales en la web oficial de Las Ventas y de nuevos desarrollos a través de redes sociales, fundamentalmente Twitter y Face Book, sin olvidar nuevas posibilidades que surjan en un futuro inmediato.

En síntesis, la propuesta de Taurodelta para la utilización de Internet, que requiere de una concepción ad hoc del departamento de Comunicación y que se desarrollará a lo largo del plazo de explotación, se basa en los siguientes aspectos:

 **Las-Ventas.com**

- En el plano **informativo**:
  - Retransmisión on-line de los festejos. Esto podría hacerse por facebook y twitter también, aunque lo más eficiente será hacerlo en la propia web y ver luego la posibilidad de que esos comentarios se vuelquen en las redes o de interactuar con ellas.
  - Entrevistas con protagonistas de temporada, tanto del ámbito profesional taurino como de ámbitos relacionados con el espectáculo, la cultura y el pensamiento.
  - Declaraciones al terminar los festejos de toreros y ganaderos.
  - Declaraciones ganadero o mayoral y banderilleros después del sorteo.
  - Información precisa de las incidencias del festejo proporcionada por veterinarios y presidentes: reconocimientos de la mañana, posibles sanciones, reconocimientos post-mortem, etcétera.


- Parte y seguimientos de matadores heridos en Las Ventas: no exhaustivo, no al día, pero si cada dos o tres días hasta que el herido esté dado de alta.
- En los planos **divulgativo y de entretenimiento**:
  - Chats con personajes importantes de la plaza cada equis tiempo o de cara a eventos importantes. Empresa, veterinarios, presidentes, prensa, Centro de Asuntos taurinos, equipo médico, director de la banda, etcétera.
  - Sorteos y concursos (¿sabemos de toros?, acertar triunfadores de la tarde, conocer la historia de la plaza).
  - Mayor presencia de la publicidad de la plaza en la web Incluyendo las campañas que se programen para medios convencionales.
  - Visita virtual a la plaza. Programa de visita a las principales instalaciones y explicación de sus características
  - Videos de grandes faenas en Las Ventas. Si lo autoriza el CAT de la Comunidad, liberación de resúmenes de las principales faenas realizadas en Las Ventas desde 1981. Posibilidad de elegir por matadores, por suertes, por ganaderías... Compatible con la programación del cine taurino, que se detalla en el apartado b).

- Posibilidad de instalar una webcam en exteriores y taquillas en momentos calientes de la temporada.
- Espacio fijo y con **contenido real para las Escuelas de Tauromaquia**.
  - Entrevistas y opinión de profesores, alumnos, eventos. Vídeos de actividades de las Escuelas y de las novilladas de clasificación organizadas en la Comunidad de Madrid para concluir en la final de Las Ventas. Currículum de alumnos.

 **Redes Sociales.** Facebook y Twitter, sitios Taurodelta ya creados.


Aprovecharán la nueva actividad de la web oficial.

- Difusión de las noticias, comunicados y convocatorias.
- Creación de una comunidad “Las Ventas”.
- Interacción con los usuarios.
- Creación de eventos.
- Sorteos y encuestas en sinergia con la web oficial.
- Chat online sobre los festejos.

 Creación de un **blog de la plaza** con curiosidades, eventos especiales, día a día, etcétera...

La puesta en marcha de las actividades descritas en este apartado tiene un presupuesto anual de **150.000 €**.

## **OTRAS HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN Y DE COMUNICACIÓN.**

 **Programa oficial de cada festejo mayor.** Siguiendo la práctica desarrollada en los años en que Taurodelta ha sido concesionaria de la gestión de la Plaza de Las Ventas, editaremos un programa oficial gratuito de cada uno de los festejos mayores que se organicen (**documentación gráfica 2**).

### ▪ **Secciones fijas:**

- Hoja de sorteo en la que se detallen matadores, cuadrillas, reses y sus características, equipos presidencial y gubernativo. En corridas de rejones se editará una segunda hoja volandera, embuchada al igual que la anterior, con las características de cada caballo para su fácil identificación.
- Biografía de matadores, estadísticas generales y en la Plaza de Madrid. Ilustraciones gráficas de cada uno de ellos.
- Historia, árbol genealógico y características del encaste de cada ganadería que se anuncie.
- Información resumida de los aspectos relevantes del festejo del día e información del próximo festejo a organizar.
- Staff profesional que participa en el festejo.

▪ **Secciones no fijas:**

- Información complementaria en formato seriado sobre aspectos veterinarios, sobre la cuadra de caballos, sobre la banda de música y su repertorio, rincones y detalles de la Plaza, etcétera.
- Contenidos en sinergia con la actividad desarrollada en internet (web y redes sociales) tales como concursos, encuestas, etcétera.
- El concurso de cartelería que se detalla en el apartado siguiente servirá para ilustrar algunas de las portadas de este programa.
- Taurodelta proyecta reeditar el concurso de relato taurino breve, que se publicaría en este programa de mano. El formato de este concurso sería similar al **Premio Hemingway de Literatura y Tauromaquia** organizado en Nimes.

La tirada total del programa de mano superará los 625.000 ejemplares, con una tirada máxima de 17.000 ejemplares y una mínima de 4.000, en función del aforo previsto para cada espectáculo y valorando la experiencia habida durante los últimos años.

La distribución de este programa de realizará a través de distribuidores repartidos por la galería inferior, cuidando

especialmente aquellos puntos que, por la experiencia habida, registran una mayor afluencia de espectadores al comienzo de los espectáculos como son la Puerta Grande, Patio de Arrastre y Patio de Caballos.

El presupuesto total estimado para la producción del programa, su impresión, manipulado y distribución es de **190.000 €**.

#### **Cartelería de la temporada**

Taurodelta editará carteles en diversos formatos de cada uno de los festejos o conjunto de festejos (ciclos y ferias). Los formatos a utilizar, por orden de mayor a menor tamaño, serán mural, escaparate, salón y mano. La tirada total anual prevista será de 465.000 ejemplares (**documentación gráfica 3**).

La distribución y colocación de carteles se realizará de forma que en todo momento y al menos con quince días de antelación, sea visible y pública la programación de la Plaza.

En este sentido, además de los soportes convencionales (escaparates, muros autorizados, establecimientos comerciales, etcétera), proyectamos utilizar un elemento móvil que se ha mostrado eficiente en anteriores experiencias.

El **Bus Ventas**, (**documentación gráfica 4**) que funcionará a lo largo de la temporada, tuneado con la cartelería de cada momento, ayudará a difundir la actividad en la Plaza de Madrid.

Este soporte ya ha sido utilizado por Taurodelta, con buenos resultados, en la comunicación publicitaria de la Feria de Invierno en la Plaza de Vistalegre.

Los motivos que ilustrarán los carteles provendrán básicamente del concurso que Taurodelta convocará y que dotará con 6.000 €. Además, utilizaremos motivos especiales, de reconocidos artistas, para el anuncio de las principales Ferias.

El presupuesto previsto para este apartado es de **170.000 €**.

#### **Revista Taurodelta**

Taurodelta editará una revista mensual, en color y no inferior a 32 páginas por número, a lo largo de la temporada. Será de distribución gratuita a los abonados de la Plaza, a medios de comunicación, Escuelas de Tauromaquia de la Comunidad y sectores profesionales relacionados, así como al Centro de Asuntos Taurinos de la Comunidad de Madrid. Taurodelta

solicitará autorización al Centro de Asuntos Taurinos para la utilización, con este fin, de la base de datos de abonados.

De estética elegante y actual (**documentación gráfica 5**), los objetivos de la revista serán la información y la divulgación sobre los principales asuntos que interesan a la Fiesta. También abriremos un espacio destinado a la reflexión sobre el futuro de la Fiesta a través de artículos y / o entrevistas con destacados pensadores.

Como ha sucedido hasta el momento en los 40 números editados durante los cinco últimos años, los toreros, ganaderos, sectores profesionales, Escuelas de Tauromaquia, actividades del CAT y de asociaciones de aficionados serán elementos fijos en los contenidos.

Al igual que en el caso del programa de mano, la revista guardará estrecha relación con la actividad de promoción y divulgación que se realice a través de la web oficial y de las redes sociales (concursos, encuestas, premios, etcétera).

El presupuesto previsto para este apartado es de **60.000 €**.

## **RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Taurodelta, siguiendo el criterio utilizado durante los cinco últimos años, dedicará una muy especial atención a su relación

con medios de comunicación, persiguiendo en todo momento ofrecer una información veraz y neutral y procurando la ayuda necesaria a los profesionales en el desarrollo de su trabajo, dentro de las posibilidades que ofrece la Plaza.

Acreditaremos a todos los medios que lo soliciten, teniendo como límite el presupuesto destinado a este fin, en concepto de pases de temporada e invitaciones, y tomando en consideración la importancia objetiva de los medios por su implantación, difusión, circulación y atención a los asuntos taurinos.

Facilitaremos cuatro **tipos de acreditación** diferentes:

- Tipo A. Acreditaciones de temporada. Localidades con asiento reservado, con acceso al tendido y a la sala de prensa.
- Tipo B. Acreditaciones de temporada especiales para fotógrafos, cámaras y auxiliares, con localidad específica, acceso al callejón, patio de caballos, túnel de cuadrillas y sala de prensa.
- Tipo C. Acreditaciones de temporada de libre circulación para fotógrafos y reporteros, sin asignación de localidad, con acceso al tendido, cuando haya localidades libres, y a la sala de prensa.
- Tipo D. Acreditación de un solo festejo para acceso al túnel de cuadrillas, complementaria a las tipo A y C. Sin asiento asignado y sin acceso al tendido ni al callejón.

Estimamos acreditar en total a 180 profesionales de la comunicación, de alrededor de 70 medios locales, regionales, nacionales e internacionales.

El Departamento de Comunicación de Taurodelta pondrá a disposición de los medios una **Sala de Prensa** que permanecerá abierta durante toda la temporada en horario de mañana y tarde. Taurodelta habilitará todos los servicios de comunicaciones (televisión, acceso libre a Internet en zona wifi, teléfonos, cabinas insonorizadas, servicio de fax y fotocopias) desde una hora antes del comienzo del festejo hasta al menos dos horas después de la finalización de mismo.

Se facilitará información relacionada con el festejo de la tarde (programas, carteles, sustituciones, documentación sobre matadores y ganaderías), así como partes facultativos, catálogos de exposiciones y programación cultural en Las Ventas.

Por otra parte procuraremos y facilitaremos cualquier tipo de trabajo informativo o divulgativo de los medios sobre la Fiesta y sobre la Plaza de Las Ventas (entrevistas, reportajes, programas especiales, etcétera), así como documentación complementaria sobre la Plaza.

Entre esta documentación se incluye un completo **resumen anual de actividades**, que se distribuirá también a asociaciones de aficionados y abonados.

Fuera de la Sala de Prensa facilitaremos a los medios:

- Servicio de SMS complementario a redes sociales con información al momento de resultado de sorteos y festejos, partes facultativos, agenda cultural y eventos previstos.
- Acceso Wifi en el tendido dos (misma clave que la Sala de Prensa), donde se ubican la gran mayoría de periodistas y donde se ubicará el Palco de Prensa (palco 28). Acceso a través de router situado en la bocana de acceso al tendido bajo del dos.
- Acceso Wifi en el tendido ocho (misma clave que la Sala de Prensa), donde se ubican los reporteros gráficos con el objetivo de que mejore la instantaneidad de la comunicación gráfica de los festejos. Acceso a través de router situado en la bocana de acceso al tendido bajo del ocho.
- Procuraremos también facilidades para carga de baterías in situ en el burladero de fotógrafos.

**RESUMEN DE INVERSIÓN EN PLAN DE PUBLICIDAD**

Plan de inserciones en medios, precio tarifa	600.000 €
Desarrollo y perfeccionamiento de web y redes sociales	150.000 €
Programa oficial de festejos	190.000 €
Cartelería de la temporada	170.000 €
Revista mensual	60.000 €
Mejoras atención a medios	30.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.200.000 €</b>