

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS
Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso 2017-2018

INVESTIGACIÓN SOBRE LA EFICACIA DE
LAS RR.PP. DE UN HOTEL DE LUJO EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Alicia González Fernández

Azucena García García
SEGOVIA, DICIEMBRE 2017

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: Introducción justificativa.....	1
CAPÍTULO 2: Marco Teórico.....	5
CAPÍTULO 3: Planificación de las acciones de Relaciones Públicas.....	12
CAPÍTULO 4: Desarrollo detallado de cada acción.....	19
4.1. Febrero.....	20
4.2. Marzo.....	26
4.3. Abril.....	31
4.4. Mayo.....	36
4.5. Junio.....	42
4.6. Julio.....	46
4.7. Agosto.....	51
4.8. Septiembre.....	54
4.9. Octubre.....	57
4.10. Noviembre.....	59
4.11. Diciembre (Campaña de Navidad).....	61
CAPÍTULO 5: Extracción de datos, interpretación y evaluación.....	68
5.1. Febrero.....	68
5.2. Marzo.....	68
5.3. Abril.....	69
5.4. Mayo.....	69
5.5. Junio.....	69
5.6. Julio.....	70
5.7. Agosto.....	70
5.8. Septiembre.....	70
5.9. Octubre.....	70
5.10. Noviembre.....	70
5.11. Diciembre (Campaña de Navidad).....	71
CAPÍTULO 6: Conclusiones.....	72
CAPÍTULO 7: Bibliografía.....	74
ANEXOS	

CAPÍTULO 1

Introducción justificativa

“Las RR.PP. son un componente clave de cualquier operación en estos días de comunicación instantánea y ciudadanos razonablemente inquisitivos” Alvin Adams.

Hace cuatro años comencé los estudios de grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el Campus María Zambrano de Segovia. Tras graduarme y haber estudiado la publicidad y las relaciones públicas en las diferentes asignaturas de la carrera, puedo afirmar que me apasiona el mundo de la publicidad, desde sus inicios hasta nuestros días, con todos los cambios que se han sucedido en el tiempo desde las estrategias en las ideas creativas hasta el progreso gracias a las nuevas tecnologías en los medios de comunicación y soportes donde encontrar la publicidad. Pero para las empresas no solo basta con una buena publicidad para comunicarse, y aquí es donde entra en juego la figura del profesional de relaciones públicas.

Desde segundo curso y gracias a la asignatura “Fundamentos de las Relaciones Públicas” empecé a tener gran interés sobre cómo las empresas se deben comunicar con sus stakeholders, entendidos como todos aquellos grupos de interés que afectan y se ven afectados por el ejercicio de la empresa. En tercero con la asignatura “Dirección estratégica de las Relaciones Públicas” donde ahondamos de manera más exhaustiva en el mundo de la comunicación a través de las relaciones públicas y sobre todo a través de los eventos.

El verano de 2016, tuve además la oportunidad de realizar las prácticas de la carrera en un gabinete de prensa, y agencia de comunicación y relaciones públicas. Una gran experiencia como ejecutiva de cuentas en el mundo de los eventos.

Por todo ello el tema elegido para elaborar este proyecto se fundamenta en la eficacia de las relaciones públicas en un hotel de 5 estrellas. ¿Por qué un hotel de 5 estrellas? Porque el turismo es también un ámbito que en un futuro me gustaría estudiar. Además tras llevar a cabo una investigación previa, y según fuentes oficiales, España es uno de los países europeos preferidos por los turistas. Somos un país mediterráneo caracterizado por el turismo de sol y playa, aunque “el pasado año 2013 más de siete millones de turistas internacionales vinieron atraídos por nuestra cocina”¹. Como país también ofrecemos otras opciones turísticas de interés como Museos de reconocimiento

¹ Web Marca España. Sitio web: www.marcaespaña.es

² CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos). Sitio web:

internacional, Parques Nacionales, sin olvidar el turismo deportivo, ya que hoy en día las competiciones que se realizan en nuestro país tienen una gran acogida, y los turistas lo consideran una opción viable.

El Instituto Nacional de Estadística publicó, el pasado 31 de enero de 2017, el informe “*Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*” donde recoge datos relativos al número de turistas que el pasado año 2016 visitaron España, un total de 75,6 millones de turistas. De los cuales más de 35 millones pernoctaban entre 4 y 7 noches en el país. Es por ello que los hoteles tienen una función clave para los turistas.

Por todo ello, el presente trabajo de investigación propone la planificación anual de eventos de relaciones públicas de un hotel, al que a partir de ahora denominaremos “Hotel AG Madrid” y que no existe en la realidad. Aunque bien podría existir y desarrollar lo que se presenta.

Dicho hotel cumplirá los requisitos mínimos por los que la CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos) cataloga a un hotel de lujo o de 5 estrellas². Siendo la habitación doble de 17 m² mínimo y la habitación individual de 10 m² mínimo, con cuarto de baño (ducha y bañera) de 5 m², teléfono en la habitación, calefacción y aire acondicionado, ascensor, minibar y caja fuerte en la habitación.

Delimitación del ámbito de estudio geográfico y temporal

El Hotel AG Madrid de 5 estrellas lo hemos ubicado en el Paseo de la Castellana, de Madrid. Allí compartirá acera con otros excelentes hoteles. La razón para elegir la capital de España como ubicación de nuestro hotel es porque Madrid acoge al año a millones de turistas, llegados de cualquier parte del mundo.

En cuanto a la delimitación temporal, debemos señalar que el calendario de planificación estratégica de nuestras acciones de RR.PP. se llevará a cabo desde febrero de 2017 hasta febrero de 2018. Se ha elegido como inicio y fin el mes de febrero para poder realizar de manera completa la campaña de Navidad incluyendo de esa manera diciembre de 2017 y enero de 2018.

² CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos). Sitio web:

<http://www.cehat.com/frontend/cehat/El-Sistema-De-Clasificacion-Hotelera-En-Espana-vn2681-vst300>

Estructura del trabajo

La estructura del presente trabajo consta de 6 capítulos.

El **primero** de ellos, incluye los epígrafes relativos a introducción justificativa del trabajo, delimitación geográfico-temporal, estructura del trabajo, formulación de la hipótesis central, objetivos y la metodología que se aplicará.

En el **segundo** capítulo se desarrolla el marco teórico, elaborado tras una exhaustiva revisión bibliográfica sobre autores expertos en la materia incluyendo citas relativas al tema.

En el **tercer** capítulo se desarrolla la planificación de las acciones de RR.PP., estableciendo en el timing o calendario las fechas más idóneas para realizar cada evento.

En el **cuarto** capítulo se explica de una manera detallada cada acción. Para ello hemos elaborado una ficha de desarrollo detallado del evento, donde se detalla la situación sobre el evento, los objetivos, el público al que va dirigido, la estrategia a seguir, las tácticas, en las que se incluye, la nota de prensa, si es comida cena o brunch, el día y el lugar, además de la escenografía, los medios de comunicación invitados, medios de comunicación asistentes y por último el calendario y el presupuesto de la acción

En el capítulo **quinto** nos centramos en comprobar la eficacia de nuestras acciones. Para ello hemos elaborado una ficha técnica de evaluación que aplicamos sobre cada acción. Dicha ficha técnica consta de 3 ítems (medios invitados, medios asistentes, medios que publican) a través de los cuales vamos a definir la eficacia de la acción. La aplicación de la ficha nos permite hacernos una idea de cuáles podrían ser los resultados obtenidos, en el supuesto caso de aplicarse la planificación de manera real.

Finalizando el trabajo con el **sexto** capítulo donde redacto una serie de conclusiones parciales y totales, extraídas de la observación e interpretación de los resultados del capítulo anterior.

Acabando el estudio con la referenciación de las fuentes bibliográficas y los anexos.

Hipótesis

La aplicación de una metodología científica sobre las acciones de RR.PP. permite la observancia y explicación real de la eficacia del profesional de relaciones públicas en el sector turístico con incidencia directa para la economía de un país.

Objetivos

En el presente proyecto podemos encontrar un objetivo principal:

- Analizar la eficacia del 100% de las acciones de RR.PP. en un hotel de 5 estrellas.

Teniendo en cuenta que para conseguirlo debemos establecer otros objetivos secundarios:

- Elaborar una relación o base de datos de todas las actividades necesarias para la ejecución del programa de planificación estratégico de RR.PP.
- Comprobar la repercusión de las RR.PP. en los medios de comunicación como incentivador del sector hotelero de nuestro país.

Metodología

En relación a la metodología de investigación empleada en el presente estudio cabe señalar que se ha aplicado un método primario descriptivo y un método secundario de revisión documental.

Entendiendo por método primario descriptivo aquel diseñado a la medida de nuestras necesidades, como es el caso de la ficha de análisis elaborada ex proceso, que nos permitirá por una parte cuantificar el grado de asistencia de los medios de comunicación convocados a cada uno de los eventos que conforman la muestra de análisis y por otro lado nos permitirá evaluar el grado de eficacia de nuestra planificación estratégica de RR.PP.

También se ha aplicado un método secundario basado en la revisión documental de artículos, bibliografías, entrevistas o publicaciones relacionadas con nuestro objeto de estudio que nos ha permitido recopilar una gran cantidad de información para la elaboración del marco teórico.

CAPÍTULO 2

Marco Teórico

Las acciones de relaciones públicas ya se practicaban en Babilonia, Grecia y Roma donde los mandatarios veían una oportunidad para ganarse al pueblo, sobre todo en el mundo político como bien hizo el emperador Julio César. Durante la Edad Media el papa Urbano II persuadió al pueblo para participar en las cruzadas contra los musulmanes. La obra “La cabaña del tío Tom” de Harriet Beecher Stowe en 1842 es considerada ya, una acción de relaciones públicas para acabar con la esclavitud estadounidense. Es ya en la edad contemporánea donde empiezan a surgir la figura del agente de prensa, quien trabajaba para conseguir promocionar la imagen de una persona, empresa u organización.

En el mundo publicitario se pueden destacar personalidades que hoy en día son reconocidos gracias a sus labores como relaciones públicas, entre los que se encuentran: Henry Ford (primer empresario en realizar acciones de relaciones públicas), Ivy Lee (primer consejero de relaciones públicas) o Edward Bernays considerado el padre de las relaciones públicas modernas.

En la actualidad las relaciones públicas han pasado de tener una función de promoción y relación con los medios, a una función de dirección y gestión. Siendo por tanto una materia planificada y deliberada con una comunicación bidireccional.

La acepción recogida en la Real Academia Española (RAE) de relaciones públicas es: “Actividad profesional cuyo fin es, mediante gestiones personales o con el empleo de las técnicas de difusión y comunicación, informar sobre personas, empresas, instituciones, etc., tratando de prestigiarlas y de captar voluntades a su favor”

Según Bernays en una entrevista realizada por Barquero Cabrero J. D., en su libro *Comunicación Estratégica. Relaciones públicas, Publicidad y Marketing*, (2005:193), como ya lo hizo en 1923, explica que “Las relaciones públicas tienen tres significados; el primero información que se da al público; segundo, la construcción de la estrategia que centramos y dirigimos hacia el público para modificar sus actitudes y acciones; y tercero, la suma de los esfuerzos para poder integrar las actividades y acciones de una organización con sus públicos y los del público con esta organización para que ambos se beneficien”.

Para Sam Black, pionero en las Relaciones Públicas en Europa, las relaciones públicas en una entrevista realizada por Barquero Cabrero J. D., en su libro *Comunicación Estratégica. Relaciones públicas, Publicidad y Marketing*, (2005:199) son: “el arte y la ciencia de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, aconsejar a la dirección de la organización e instaurar programas de planificados de acción que sirva tanto al interés de la organización como del público”

Al tratarse de un trabajo académico, se ha creído conveniente constatar la definición de Xifra Jordi, pionero académico en la docencia española de Relaciones Públicas y director de la Escuela de Relaciones Públicas de la Universidad de Barcelona, en su libro *Teoría y estructura de las relaciones públicas* (2003) en el que establece que las Relaciones Públicas son una función directiva estructurada en un proceso de cuatro fases - investigación, planificación, ejecución (comunicación) y evaluación – para ayudar a una organización a alcanzar la meta de crear, mejorar y/o mantener relaciones mutuamente beneficiosas con sus públicos. Este proceso constituye para Xifra el proyecto de relaciones públicas.

En función de ello, el ejercicio de las relaciones públicas se establece en base a dos ramas: La reactiva, que consiste en reaccionar ante problemas, solucionar las crisis y gestionar los posibles cambios. Y la parte proactiva, llevando a cabo programas de acción planificados, que sirvan al interés público y a la organización.

Las relaciones públicas se consideran un proceso secuencial que conlleva un conjunto de acciones, cambios y un resultado. Por ello es necesario realizar una investigación previa de la situación actual que nos permita establecer objetivos, tener en cuenta el público al que dirigimos, definir la estrategia de relaciones públicas, así como las tácticas, acciones, tener en cuenta el timing, el calendario y el presupuesto. Por último y no menos importante, evaluar nuestras acciones y compararlas con los objetivos marcados nos indicará el grado de eficacia.

Una de las técnicas más utilizadas a día de hoy para la realización de acciones de relaciones públicas, son los eventos. Existen de varios tipos empresariales y corporativos, de producto, deportivos, etc. Aquí entra en juego el apasionante mundo del protocolo, ya que una acción no puede llevarse a cabo sin su correspondiente planificación y por tanto sin el protocolo oficial.

Pero la organización de eventos ha sufrido en los últimos años una gran transformación, obligando a los profesionales a actualizarse y adaptarse a las nuevas tecnologías. Para poder entender de manera más completa las distintas disciplinas transversales que intervienen en la organización de eventos, Fuentes C., en su libro *Manual práctico de organización de actos I*, (2007) propone una teoría denominada la Teoría de la Diana. En la cual coloca cada una de las disciplinas, que por obligatoriedad deben estar presentes en la organización de un acto, en una serie de círculos concéntricos, formando una diana como se puede observar a continuación.

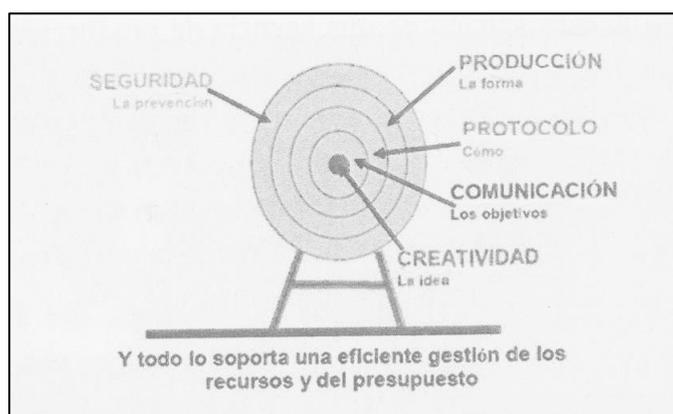


Figura 1: Imagen Tª de la Diana. Libro “Manual práctico de organización de actos I”

El punto central de la diana representa la idea creativa, teniendo siempre presente el cumplimiento de unos determinados objetivos para poder desarrollar la comunicación. El “cómo” sería otra de las etapas, donde entra en juego el protocolo. Así la planificación de un evento va cogiendo forma gracias a la seguridad o prevención. Interrelacionando todas las disciplinas en función del presupuesto.

Esta teoría no pretende establecer preferencias entre las materias, sino una secuencialidad complementaria entre unas y otras.

En las últimas décadas, la industria de los eventos ha experimentado a nivel nacional un gran crecimiento. Según lo demuestra el estudio de mercado de los eventos que cada año realiza el Grupo Eventoplus³ del pasado año 2016: “Los clientes corporativos (responsables de eventos, marketing, eventos de empresas) declaran haber visto sus presupuestos de eventos crecer un 4,4% en 2016 y prepararse para un crecimiento del

³ Resumen del Informe Grupo Eventoplus. Sitio web:

<https://www.eventoplus.com/articulos/mercado-eventos-confirma-repunte-renovacion-formatos/>

5,6% en 2017". Un 50% de las agencias mantienen que dicho crecimiento se debe a un aumento del número de eventos.

Además un factor relevante en el estudio de mercado de los eventos es el factor humano. Lo que ha supuesto pasar de asistentes pasivos que escuchaban a los ponentes, a eventos bidireccionales más dinámicos, donde los principales protagonistas son los espectadores. Surgiendo de esta manera nuevos formatos que suponen dejar atrás salas oscuras abriendo las puertas a eventos al aire libre, donde las conversaciones se producen en grupos más reducidos y participativos que permiten desarrollar técnicas como el crowdsourcing o el branded content.

Por ello establecer diferentes tipologías de eventos, es algo complejo, ya que el tipo de evento, depende de varios factores, como hemos señalado anteriormente en la Teoría de la diana de Carlos Fuente.

En primer lugar tenemos la idea creativa, tomándolo como la capacidad para desarrollar una idea, y en base a ella crear el contenido de un evento. A día de hoy los eventos son experiencias para los asistentes, por lo que la idea principal debe ser original y diferente a lo que están acostumbrados. Cuidar hasta el más mínimo detalle para que quienes asistan lo recuerden, como una gran experiencia. Y para impactar, la escenografía es un factor clave en el evento, que gracias a las nuevas tecnologías, con servicios novedosos que ayuden a los espacios para que los asistentes puedan sentirse cómodos. Todo ello se consigue mediante una buena producción.

Como ya sabemos todo comunica, y los eventos no son una excepción. Se debe elegir un tema que sea atractivo tanto para medios de comunicación como para el público asistente. Por ello son más eficaces los eventos que eliminen barreras entre el público y la empresa, para poder interactuar con las personas y ser más dinámicos, dividiendo el evento para reducir el número de participantes. Los espectáculos en los actos juegan un papel importante, ya que entretienen y animan a los asistentes.

La seguridad es fundamental en cualquier acto, para evitar posibles atentados en actos de suma importancia, pero también la seguridad en el conjunto de las instalaciones, que todo esté correctamente montado, con los permisos requeridos.

Por último y no menos importante se encuentra lo que hace unas décadas sería impensable, pero que en la actualidad se ha convertido en algo imprescindible, la sostenibilidad. Cada vez son más las empresas que incorporan la sostenibilidad como

filosofía de empresa en sus eventos, donde se puede encontrar desde comida ecológica, hasta fuentes de energías renovables.

Todos los factores comentados anteriormente van a ser determinantes para clasificar el tipo de acto o evento que se realice. Según la clasificación establecida por Carlos Fuente⁴ en su libro *Manual práctico para la organización de eventos* en el que los actos según sus contenidos pueden ser actos de Estado, institucionales, culturales, religiosos, académicos, deportivos, sociales y empresariales.

Actos sociales, todos aquellos cuyo objetivo principal es el encuentro entre personas, donde prime la relación social. Se pueden realizar dentro de un círculo de amistades, o actos familiares.

Actos empresariales, promovidos por una empresa u organización que normalmente tienen fines lucrativos. Dentro de estos actos se puede encontrar una subdivisión, dependiendo de los objetivos de la empresa en cada evento. Por lo tanto se pueden encontrar desde ruedas de prensa o desayunos con prensa, hasta actos de presentación de producto, o eventos corporativos para mejorar la imagen de marca.

Para que un acto se lleve a cabo de la mejor forma, se debe tener en cuenta un conjunto de normas que se establecen dependiendo del tipo de acto que sea. Es aquí donde entra en juego el término “protocolo” que procede del latín “protocollum” que a su vez proviene del griego y su significado más antiguo era la primera hoja de un escrito⁵. Se puede decir que existen indicios de protocolo en el Código Hammurabi⁶ y en los jeroglíficos del antiguo Egipto. Desde siempre se ha tenido unas pautas sociales y normas de comportamiento. La creación de la corte dio lugar a las buenas maneras.

La Real Academia Española, acuña nada más y nada menos que 5 definiciones de protocolo, de las cuales para este presente trabajo la más adecuada es “*Conjunto de reglas establecidas por norma o por costumbre para ceremonias y actos oficiales o solemnes*”.

⁴ Fuente, C. *El contenido de los actos y las funciones de los organizadores*, en *Manual práctico para la organización de eventos*. Ediciones Protocolo. Madrid (2006: 86-90)

⁵ Definición de Protocolo. Sitio web:

www.protocolo.org/social/etiqueta_social/origen_del_termino_protocolo_definicion_de_protocolo.html

⁶ Conjunto de leyes que establece el Rey de Babilonia Hamurabi en el año 1750 a.C.

El 4 de agosto de 1983 se establece el Real Decreto por el que se aprueba el ordenamiento general de precedencias en el Estado. Lo que supone tener una guía de protocolo para saber el orden de colocación de las autoridades en diferentes actos.

Carlos Fuente en su libro *Manual práctico para la organización de eventos*, afirma que para la mayoría de la sociedad, el protocolo *son las formas, la estética de nuestra actuación en público, las normas no escritas de comportarse, de mostrarse ante los demás con educación.*

Teniendo en cuenta la afirmación del autor dentro de la actividad empresarial el protocolo determina códigos de conducta que forman parte de la comunicación corporativa de la empresa.

Como bien anuncia Fuente, C. en su libro *Manual práctico para la organización de eventos* hoy en día se trata de una organización global, donde se debe conocer a la perfección la filosofía de la empresa para la que se vaya a realizar el evento, así como los objetivos del mismo para que el protocolo sea el correcto.

Teniendo en cuenta que los eventos, son en sí mismos una clara estrategia comunicacional, la empresa debe saber cómo comunicar dicho acto.

Adentrándonos en el mundo empresarial, la relación que tenga la organización con sus stakeholders es un factor clave. Entendiendo como stakeholders cualquier grupo que afecte y/o se vea afectado por el desarrollo del ejercicio de la empresa, donde se incluye desde proveedores, clientes, sociedad en general, hasta medios de comunicación...etc.

Uno de los objetivos principales de toda organización es darse a conocer a los medios de comunicación, sobre todo para que clientes presentes y futuros puedan saber más sobre los productos y servicios que ofrece y puedan ser consumidores o llegar a serlo en un futuro.

Es por ello que las acciones de relaciones públicas que quiera realizar la organización se deben comunicar. Existen diferentes maneras de dar a conocer un evento.

La más común son las notas de prensa, escritos breves, mediante los cuales la empresa da a conocer a los medios de comunicación la fecha, el lugar y el motivo del evento, invitándoles así a asistir. Para que posteriormente pueda publicar en el medio, generando lo que se conoce como publicity.

Las ruedas de prensa, para informar a los medios de algún tema de la organización o en casos en los que se produzca una situación de crisis. Se convoca a los medios de comunicación y, uno o varios portavoces de la empresa explican a los asistentes el tema a tratar, facilitándoles un dossier de prensa para que puedan tener aun más información.

El desayuno de prensa, va dirigido a periodistas más especializados en el tema a tratar. Donde se establece un ambiente más distendido.

El día de puertas abiertas o visita de prensa, donde se concede a los medios de comunicación una jornada informativa, que normalmente tiene como objetivo proporcionar a los periodistas un conocimiento más detallado sobre las actividades de la organización.

Finalmente, conceder entrevistas a los medios de comunicación, donde un responsable de la organización contesta a las preguntas que le formula el periodista.

Para que asistan los medios de comunicación al acto, se debe proporcionar la información más llamativa, que enganche al periodista y le incite a participar. Para ello se debe diseñar de manera minuciosa la forma a la que se debe dirigir la organización a los periodistas.

Días posteriores al evento, se visualizan los soportes de los medios de comunicación asistentes, si han publicado el evento como una noticia, se habrá conseguido uno de los objetivos primordiales del acto, la difusión del mismo.

CAPÍTULO 3

Planificación de las acciones de Relaciones Públicas (timing)

En este capítulo se va a llevar a cabo de una manera más gráfica la planificación mensual, de las acciones de relaciones públicas que se van a realizar en el Hotel AG Madrid, lo que supone uno de los objetivos del presente proyecto. Aunque las acciones se van a detallar más detenidamente en el siguiente capítulo.

Como ya se ha explicado con anterioridad en la introducción, las acciones de relaciones públicas para el Hotel AG Madrid, se van a delimitar en el tiempo. Comenzando el 1 de febrero de 2017 hasta el 31 de enero de 2018. Con el fin de poder realizar la campaña de Navidad de tal manera que se pueda después evaluar toda la campaña completa.

A continuación se muestran cada uno de los meses, para poder explicar visualmente el número de acciones de cada mes. Los eventos irán en color rojo, las notas de prensa en color verde y los reenvíos de las notas de prensa en azul.

FEBRERO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1 Nota de Prensa 1	2	3	4	5
6	7	8	9 Reenvío NDP 1	10	11	12
13	14 Comida o Cena San Valentín	15	16 Nota de Prensa 2	17 Cena + Noche Suite	18	19 Brunch San Valentín
20	21 Reenvío NDP 2	22	23	24	25 Fiesta de Máscaras	26
27	28					

Figura 2: Cuadro planificación febrero. Elaboración propia.

En el mes de **febrero** tiene lugar “La Semana del Amor” en el Hotel AG Madrid desde el 13 al 19. El miércoles 1 de febrero se manda la nota de prensa de la acción a todos los medios de comunicación (Nota de Prensa 1). El jueves día 9 se reenvía la nota de prensa, como recordatorio a los medios (Reenvío NdP 1). El martes 14 de febrero (San Valentín) tiene lugar la primera acción de La Semana del Amor, una comida o cena en el hotel con música en directo. El viernes 17 Cena Gourmet más noche en una Suite del Hotel AG Madrid (con desayuno completo incluido).

El domingo 19 de febrero tiene lugar el Brunch especial San Valentín. El sábado 25 tendrá lugar la “Fiesta de Máscaras”. La nota de prensa se enviará el jueves 16 (Nota de Prensa 2) y se reenviará el martes 21 (Reenvío NdP2)

MARZO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6	7 Nota de Prensa 1	8	9	10	11	12
13	14 Nota de Prensa 2	15	16 Reenvío NdP 1	17	18	19 Brunch Día del Padre
20 Reenvío NdP 2	21 Presentación Menú Primavera	22	23	24	25	26
27	28					

Figura 3: Cuadro planificación marzo. Elaboración propia.

En **marzo** se celebra el “Brunch Día del Padre”, el domingo 19 de marzo, dedicado a todos los padres, para poder celebrar un día tan significativo. Previo envío de la nota de prensa (Nota de Prensa 1) a los medios de comunicación el martes 7 de marzo y reenvío de esta el jueves 16 (Reenvío NdP 1). También en marzo llega la primavera, por lo tanto se va a mandar la nota de prensa de la “Presentación Menú de Primavera” el martes 14 (Nota de Prensa 2) con un recordatorio el lunes 20 (Reenvío NdP 2) y el acto tendrá lugar el martes 21 de marzo cuando comienza la nueva estación.

ABRIL 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11 Nota de Prensa 1	12	13	14	15	16
17	18 Nota de Prensa 2	19	20 Reenvío NdP 1	21	22	23 Brunch Día del Libro
24 Reenvío NdP 2	25 Nota de Prensa 3	26 80 años del Guernica	27	28	29	30

Figura 4: Cuadro planificación abril. Elaboración propia.

En **abril** se va a realizar el “Brunch Día del Libro” el domingo 23. La nota de prensa de esta acción se enviará el martes 11 de abril (Nota de Prensa 1) y reenvío el jueves 20 (Reenvío NdP 1).

Con el 80 aniversario del bombardeo a la ciudad de Guernica se celebrará el evento “80 años del Guernica”, con comida o cena en el Hotel AG Madrid y visita al Museo Reina Sofía el martes 26. La nota de prensa se enviará el martes 18 (Nota de Prensa 2) y el recordatorio el lunes 24 (Reenvío NdP 2). Por último para el “Brunch Día de la Madre” que se celebrará el domingo 7 de mayo, se mandará la nota de prensa el martes 25 de abril (Nota de Prensa 3). El 3 de mayo se reenviará la nota de prensa (Reenvío NdP Brunch) del “Brunch Día de la Madre”.

MAYO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3 Reenvío NdP Brunch	4	5	6	7 Brunch Día de la Madre
8	9	10	11	12	13	14
15	16 Nota de Prensa 1	17	18	19	20	21
22	23 Nota de Prensa 2	24 Reenvío NdP 1	25	26	27 ¡El Verano ya llegó!	28
29	30	31				

Figura 5: Cuadro planificación mayo. Elaboración propia.

Durante el mes de **mayo** se celebrarán en el Hotel AG Madrid 2 acciones. El domingo 7 de mayo se celebrará el “Brunch Día de la Madre”. La fiesta que anuncia la llegada del verano “¡El Verano ya llegó!” se celebrará el sábado 27. Se enviará la nota de prensa el martes 16 (Nota de Prensa 1) y el recordatorio el miércoles 24 (Reenvío NdP 1). El martes 23 se enviará la Nota de Prensa del evento por la “Final de la Champions” (Nota de Prensa 2).

JUNIO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1 Reenvío NdP Final Champions	2	3 Final Champions	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13 Nota de Prensa 1	14	15	16	17	18
19 Reenvío NdP 1	20	21 Nota de Prensa 2	22	23 Hogueras de San Juan	24	25
26	27	28 Reenvío NdP 2	29	30		

Figura 6: Cuadro planificación junio. Elaboración propia.

En **junio**, el jueves 1 se reenviará la nota de prensa de la “Final de la Champions” (Reenvío NdP Final Champions) que se celebrará el sábado 3. El viernes 23 de junio es la noche de las “Hogueras de San Juan”. Se enviará la nota de prensa el martes 13 (Nota de Prensa 1) y se reenviará el lunes 19 (Reenvío NdP 1). El miércoles 21 se enviará la nota de prensa de la acción principal de Julio “Cine de Verano” (Nota de Prensa 2), con un reenvío el miércoles 28 (Reenvío NdP 2).

JULIO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1 Cine de Verano	2
3	4	5	6	7 Cine de Verano	8 Cine de Verano	9
10	11	12 Reenvío NdP Cine de Verano	13	14 Cine de Verano	15 Cine de Verano	16
17	18	19	20	21 Cine de Verano	22 Cine de Verano	23
24	25 Nota de Prensa 2	26	27	28 Cine de Verano	29 Cine de Verano	30

Figura 7: Cuadro planificación julio. Elaboración propia.

En el mes de **julio**, la única acción que tendrá lugar en el Hotel AG Madrid, es “Cine de Verano” que empieza el sábado 1. Se llevará a cabo todos los viernes y sábados del mes. El martes 25 de julio se enviará a los medios de comunicación la nota de prensa de la acción que tendrá lugar en agosto el “Brunch del Verano” (Nota de Prensa 2).

AGOSTO 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1	2 Reenvío NdP Brunch	3	4	5	6 Brunch del Verano
7	8	9	10	11	12	13 Brunch del Verano
14	15	16	17 Reenvío NdP Brunch	18	19	20 Brunch del Verano
21	22 Nota de Prensa 1	23	24	25	26	27 Brunch del Verano
28	29	30 Reenvío NdP 1	31			

Figura 8: Cuadro planificación agosto. Elaboración propia.

En el mes de **agosto**, el miércoles 2 se realizará el reenvío de la Nota de Prensa del “Brunch del Verano” (Reenvío NdP Brunch). El jueves 17 se volverá a enviar a modo de recordatorio la nota de prensa del “Brunch del Verano” (Reenvío NdP Brunch). El martes 22 se enviará la Nota de Prensa del “Brunch Masterchef Junior” de septiembre (Nota de Prensa 1). Y por último el miércoles 30 se reenviará la Nota de Prensa del Brunch Masterchef Junior de septiembre (Reenvío NdP 1)

SEPTIEMBRE 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3 Brunch Masterchef Junior
4	5	6	7	8	9	10 Brunch Masterchef Junior
11	12	13 Reenvío NdP Brunch	14	15	16	17 Brunch Masterchef Junior
18	19	20	21	22	23	24 Brunch Masterchef Junior
25	26	27	28	29	30	

Figura 9: Cuadro planificación septiembre. Elaboración propia.

En **septiembre** se celebra una única acción, que tiene lugar todos los domingos del mes. el “Brunch Masterchef Junior”. El miércoles 13 se enviará a los medios de comunicación como recordatorio la Nota de prensa del “Brunch Masterchef Junior” (Reenvío NdP Brunch).

OCTUBRE 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18 Nota de Prensa 1	19	20	21	22
23	24	25	26 Reenvío NdP 1	27	28 Fiesta de Halloween	29
30	31					

Figura 10: Cuadro planificación octubre. Elaboración propia.

En **octubre**, el miércoles 18 se enviará a los medios de comunicación la Nota de Prensa de la “Fiesta de Halloween” que tendrá lugar el sábado 28, y el recordatorio el jueves 26 de octubre (Reenvío NdP 1).

NOVIEMBRE 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6	7 Nota de Prensa 1	8	9	10	11	12
13	14 Nota de Prensa 2	15	16	17	18	19
20	21 Reenvío NdP 2	22 Reenvío NdP 1	23 Acción de Gracias	24	25	26
27	28	29	30			

Figura 11: Cuadro planificación noviembre. Elaboración propia.

En **noviembre**, el martes 7 se enviará a los medios de comunicación la nota de prensa de la “Campaña de Navidad” (Nota de Prensa 1). La nota de prensa de la “Cena de Acción de Gracias” se enviará el martes 14 de noviembre (Nota de Prensa 2) con un reenvío el martes 21 (Reenvío NdP 2). El martes 22 de noviembre se reenviará la nota de prensa de la “Campaña de Navidad” (Reenvío NdP 1).

DICIEMBRE 2017						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12 Reenvío NdP Navidad	13	14	15	16	17
18	19 Reenvío NdP Navidad	20	21	22	23	24 Gala de Nochebuena
25 Brunch de Navidad	26	27	28	29	30	31 Gala de Nochevieja

Figura 12: Cuadro planificación diciembre. Elaboración propia.

En el mes de **diciembre**, los martes 12 y 19 de diciembre se reenviará la nota de prensa de Navidad (Reenvío NdP Navidad). El domingo 24 de diciembre se celebrará la “Gala de Nochebuena”. El lunes 25 se celebrará el “Brunch de Navidad”. El domingo 31 se celebrará la “Gala de Nochevieja”.

ENERO 2018						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1 Brunch Año Nuevo	2	3	4	5 Gala Noche de Reyes	6 Brunch Día de Reyes	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	
29	30	31				

Figura 6: Cuadro planificación junio. Elaboración propia.

En el mes de **enero**, el lunes 1 se celebrará el “Brunch de Año Nuevo”. El viernes 5 se celebrará la “Gala Noche de Reyes”. El sábado 6 el “Brunch de Reyes” terminando así la campaña de Navidad.

CAPÍTULO 4

Desarrollo detallado de cada acción

En este capítulo se va a llevar a cabo de una manera muy detallada, cada acción de relaciones públicas que se va a realizar en el Hotel AG Madrid de manera mensual. Como ya se ha comentado con anterioridad, se comienza por el mes de febrero, pues así está limitado el tiempo del plan de acciones. Todas las acciones de relaciones públicas siguen un mismo patrón, sobre el que se aplicará la siguiente ficha técnica⁷ para poder hacer un trabajo más exhaustivo.

FICHA DESARROLLO DETALLADO DE CADA ACCIÓN	
NOMBRE DE LA ACCIÓN	
Situación:
Objetivos:
Públicos:
Estrategia:
Tácticas:
- Nota de prensa:	
- Cena /Comida /Brunch:	
Día:	
Lugar:	
Escenografía:	
Medios de comunicación invitados:	
MEDIO	PERIODISTA
Medios de comunicación asistentes:	
MEDIO	PERIODISTA
Calendario:
Presupuesto:

Figura 14: Ficha desarrollo detallado de cada acción. Elaboración propia.

⁷ Anexo 1: Ficha desarrollo detallado de cada acción.

4.1. Febrero

LA SEMANA DEL AMOR

Situación:

Febrero, el mes del amor, donde Cupido con sus flechas llega a sembrar el amor por donde pasa. Los enamorados celebran lo mucho que se quieren, y aprovechan cualquier plan para salir de la rutina.

Aunque el día de San Valentín es el 14 de febrero, actualmente se celebra durante todo el mes, y se pueden encontrar infinidad de opciones de ocio para parejas, desde escapadas románticas, tradicionales cenas para dos, y un sinfín de actividades.

Objetivos:

Conseguir que las parejas puedan celebrar San Valentín con diferentes actividades gastronómicas.

Así como dar a conocer a los medios de comunicación las acciones que se van a llevar a cabo La Semana del Amor e invitarles a que puedan descubrir las sorpresas que el Hotel AG Madrid tiene preparadas para los enamorados.

Públicos:

Medios de comunicación de ocio, viajes, gastronómicos...etc. para conseguir una publicación en ellos.

Parejas (con o sin hijos) con un poder adquisitivo medio-alto, ya que se trata de diferentes acciones en un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Se va a llevar a cabo una semana con diferentes acciones gastronómicas en el Hotel AG Madrid, llamada “La Semana del Amor”, para que las parejas puedan degustar una gran variedad de productos, de las que su paladar quedará enamorado. La semana en la que se llevarán a cabo las acciones es desde el 13 al 19 de febrero, donde se incluye el propio día de San Valentín.

Tácticas:

- *Nota de Prensa*⁸: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el miércoles 1 de febrero, para dar a conocer la acción de “La Semana del Amor” en el

⁸ Anexo 2: Nota de Prensa “La Semana del amor”

Hotel AG Madrid. Como recordatorio se reenviará la nota de prensa el jueves 9 de febrero.

- *Comida o Cena de San Valentín:*

Día: El martes 14 de febrero,

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con cortinas color granate, en la entrada, una gran lámpara de araña colgada del techo. Las mesas para 2 comensales, de 1 metro cuadrado, con un mantel bermellón, y vajilla blanca. En el centro de las mesas una pequeña lámpara para dar un ambiente más íntimo. En el salón se encuentra al fondo un escenario donde habrá un pianista y una arpista tocando música en directo creando la más perfecta armonía para el momento.

Precio: 60€ por persona IVA incluido

Medios de comunicación invitados:

Comida

MEDIO	PERIODISTA
	Belén Alonso x2
mujerhoy	Ana Guerra x2

Figura 15: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Cena

MEDIO	PERIODISTA
	Raquel Saez x2
TELVA	Ana Iris Simón x2

Figura 16: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

Comida

MEDIO	PERIODISTA
	Belén Alonso x2
mujerhoy	Ana Guerra x2

Figura 17: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Cena

MEDIO	PERIODISTA
	Raquel Saez x2
	Ana Iris Simón x2

Figura 18: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- *Cena Gourmet Especial San Valentín y noche en suite (desayuno incluido)*

Día: El viernes 17 de febrero,

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con cortinas color granate, en la entrada, una gran lámpara de araña colgada del techo. Las mesas para 2 comensales, de 1 metro cuadrado, con un mantel bermellón, y vajilla blanca. En el centro de las mesas una pequeña lámpara para dar un ambiente más íntimo. En el salón se encuentra al fondo un escenario donde habrá un pianista y una arpista tocando música en directo creando la más perfecta armonía para el momento. Tras la cena se podrá seguir la celebración en el salón de baile, con un DJ en directo hasta las 3 a.m.

Precio: 160€ por persona IVA incluido

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Jiménez x2 (Cena + noche)
	Susana Blázquez x2 (Cena)
	Beatriz Rodríguez x2 (Cena)

Figura 19: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Jiménez x2 (Cena + noche)
	Susana Blázquez x2 (Cena)
	Beatriz Rodríguez x2 (Cena)

Figura 20: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- *Brunch Especial San Valentín*

Día: El domingo 19 de febrero,

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid situado en la planta baja del hotel, con vistas y acceso a la terraza del mismo.

Escenografía: El salón estará ambientado como la antigua Verona, donde Romeo y Julieta vivieron su historia de amor. Un carrito con rosas rojas dividirá el salón en dos partes. A la derecha la zona de los Montescos, con un escudo de la familia, donde las mesas cuadradas, van a tener un mantel azul cielo y a la izquierda la zona de los Capuleto, con el escudo propio de la familia, y donde las mesas esta vez redondas, tendrán un mantel color ocre.

La mesa en la que se encontrará el buffet con la comida, simulará el famoso balcón de la romántica historia. Un pianista en directo amenizará el romántico Brunch.

Precio: 70€ por persona IVA incluido.

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	TVE DESAYUNOS: Jesús Márquez x2
	BLOG MUJERES: Isabel Valdés x2
	Loreto Blanco x3
	Sara Montero x3

Figura 21: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	TVE DESAYUNOS: Jesús Márquez x2
	BLOG MUJERES: Isabel Valdés x2
	Loreto Blanco x3

Figura 22: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Martes 14 de febrero: Comida o Cena Especial San Valentín

Viernes 17 de febrero: Cena Gourmet + Noche en Suite

Domingo 19 de febrero: Brunch Especial San Valentín

Presupuesto:

El presupuesto estimado para La Semana del Amor es de 12.000€ ya que se trata de una acción, que ofrece diferentes acciones durante una semana completa.

FIESTA DE MÁSCARAS

Situación:

El Carnaval es una gran fiesta que se celebra en el mes de febrero, dando comienzo a la cuaresma. Los disfraces son lo más representativo de esta festividad.

Objetivos:

Celebrar el Carnaval, con una gran fiesta de máscaras.

Dar a conocer a los medios de comunicación esta acción de ocio.

Públicos:

Todo el que quiera celebrar el Carnaval en el Hotel AG Madrid. Con un poder adquisitivo medio-alto, ya que se trata de un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Realizar una cena con posterior fiesta de máscaras en el Hotel AG Madrid, inspirada en la antigua Venecia.

Tácticas:

- *Nota de prensa*⁹: Se enviará a los medios de comunicación la nota de prensa el jueves 16 de febrero, y se reenviará a modo de recordatorio el martes 21 de febrero.
- *Cena de Carnaval*: Los comensales podrán degustar una gran cena en el Salón Restaurante del Hotel AG Madrid.
- *Fiesta de Máscaras*: Al finalizar la cena, comienza la fiesta de máscaras, con un DJ en directo que amenizará la noche hasta altas horas de la madrugada.

Día: Sábado 25 de febrero

⁹ Anexo 3: Nota de Prensa “Fiesta de Máscaras”

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El Salón Restaurante estará ambientado con motivos del Carnaval veneciano, con máscaras de la época.

Precio: 80€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 50€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
TELVA	Almudena González x3
guía del Socio	Daniel Brando x2
XISemanal	Diego Bagnera x2

Figura 23: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
TELVA	Almudena González x3
guía del Socio	Daniel Brando x2
XISemanal	Diego Bagnera x2

Figura 24: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Sábado 25 de febrero: Fiesta de Máscaras

Presupuesto:

El presupuesto estimado con el que contamos para realizar esta acción es de 2.800€ que irán destinados a la decoración y a contratar el DJ

4.2. Marzo

BRUNCH DÍA DEL PADRE

Situación:

El 19 de marzo por ser San José, se celebra el Día del Padre. Cada vez son más las actividades de ocio que encontramos para un día, donde los hijos agasajan a su padre con los mejores regalos.

Objetivos:

Atraer a las familias al Brunch del Hotel AG Madrid, para que tanto hijos como padres puedan disfrutar de un domingo familiar con muchas sorpresas.

Dar a conocer a los medios de comunicación el Brunch en honor a los padres, e invitarles para que puedan disfrutar de un día del padre diferente en la capital, y así conseguir mayor difusión y por lo tanto publicity.

Públicos:

Familias con hijos, con un poder adquisitivo medio-alto, ya que se trata de un Brunch en un hotel de 5 estrellas.

Medios de comunicación de ocio, gastronómicos, dedicados al hombre...etc. para conseguir una publicación en ellos.

Estrategia:

El Brunch del Día del Padre, es la estrategia que se va a llevar a cabo desde el Hotel AG Madrid, donde las familias podrán disfrutar de un domingo diferente en la capital. Los hijos se encargarán de que los papás sean los grandes protagonistas.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁰: Para dar a conocer a los medios de comunicación el Brunch para esta ocasión, se enviará una nota de prensa el martes 7 de marzo, y un posterior reenvío a modo de recordatorio el jueves 16 de marzo.

Para las 3 tácticas siguientes, se va a contar con una colaboración de El Corte Inglés para que tanto grandes como pequeños puedan disfrutar.

¹⁰ Anexo 4: Nota de Prensa “Brunch Día del Padre”

- *El mejor regalo para papá:*

En una sala contigua al Salón Brunch, se establecerá el taller de regalos, donde los más pequeños, (niños de 3 a 11 años) tendrán unos monitores que les ayudarán realizar un regalo para su padre. Los niños de 3 a 12 años, podrán dejar volar su creatividad, pintando un bonito retrato de su padre. Todos los materiales serán cedidos por El Corte Inglés.

- *Una instantánea de recuerdo:*

El Corte Inglés instalará un fotomatón, donde padres e hijos podrán sacarse una tira de 4 fotografías divertidas para llevárselas de recuerdo.

- *Sorteo de 4 entradas para el circuito Kart&Fun de El Corte Inglés:*

Se realizará un sorteo de 4 entradas para el circuito Kart&Fun que serán sorteadas en el propio brunch el 19 de marzo.

Día: Domingo 19 de marzo

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid, donde cada domingo se celebra el brunch del hotel, en esta ocasión dedicado al día del Padre.

Escenografía: En el salón donde se va a celebrar el día del Padre, también llamado Salón Brunch del hotel, se colocarán diferentes mesas redondas, para 2, 4 ó 6 comensales. En el centro del salón se encontrará la zona buffet. Se delimitarán diferentes zonas dentro y fuera del salón, donde pequeños y mayores podrán realizar múltiples actividades.

Precio: 65€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 35€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Javier Girela x3
	BLOG SAPOS Y PRINCESAS x4
ABC	Laura Peraita x4
GENTLEMAN	Jesús Frami x2

Figura 25: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Javier Girela x3
EL MUNDO	BLOG SAPOS Y PRINCESAS x4
GENTLEMAN	Jesús Frami x2

Figura 26: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Domingo 19 de febrero: Brunch Especial Día del Padre

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Brunch Especial Día del Padre es de 2.000€ ya que las acciones que se realizan para los más pequeños se trata de una colaboración con El Corte Inglés.

PRESENTACIÓN MENÚ DE PRIMAVERA

Situación:

Marzo es el mes de las flores por excelencia, ya que el día 21 se cambia de estación y pasamos del invierno a la primavera. Empieza el buen tiempo y las flores comienzan a florecer.

Objetivos:

Presentar el Menú de Primavera a los medios de comunicación y conseguir que los medios asistentes nos publiquen.

Públicos:

En este caso se trata de una presentación para los medios. Por lo que se ha realizado una investigación previa de los medios de comunicación a los que se van a invitar, ya que será un evento exclusivo, por lo tanto el número de periodistas privilegiados que puedan asistir, no será muy amplio.

Estrategia:

Para dar a conocer el nuevo Menú de Primavera del Hotel AG Madrid, se va a llevar a cabo un evento de presentación. Para ello se cerrará al público el Salón Restaurante del hotel, pudiendo así invitar a los medios de comunicación elegidos para tal evento. Con la intención de crear un espacio floral íntimo, donde los comensales puedan disfrutar de las maravillas creadas por el chef del hotel y su equipo.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹¹: El martes 14 de marzo se enviará a todos los medios de comunicación la nota de prensa de la “Presentación Menú de Primavera”, con posterior reenvío el lunes 20 de marzo.

- *Presentación Menú de Primavera:*

Día: Martes 21 de marzo. El acto comenzará a las 13:30 y terminará a las 15:30 aprox.

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El Salón Restaurante del hotel estará ambientado con motivos florales. A la entrada, se encontrarán a cada lado de la puerta dos jarrones con grandes girasoles amarillos. Las mesas en este caso redondas en las que se sentarán 3 ó 4 comensales. En cada mesa encontraremos un pequeño jarrón con 2 lirios. El espacio estará lleno de flores como pensamientos morados, lilas, boronías, y un sinfín de flores primaverales, todas ellas naturales. Para dar un ambiente de frescura al salón, habrá una fuente de agua. En el lado opuesto al ventanal, se situará una mesa rectangular alargada, donde el Chef del hotel, irá explicando cada plato del menú mientras los comensales los van degustando.

A partir del 22 de marzo se abrirá al público el Salón Restaurante del hotel para que todo el que quiera, pueda degustar la esencia de la primavera.

Precio: 65€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 30€

¹¹ Anexo 5: Nota de Prensa “Presentación Menú de Primavera”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ribagorda x3
	Gema Veiga x2
	Rodrigo Varona
	Manuel Balanzino
	Enrique del Río x2
LAS PROVINCIAS	Pedri G. Mocholi
	Alicia Hernández
METROPOLI	Raquel Castillo
	Raúl López
FREELANCE	Ana Marcos
	Lola Osuna
	Kiko Pérez

Figura 27: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ribagorda x3
	Gema Veiga x2
	Rodrigo Varona
	Enrique del Río x2
LAS PROVINCIAS	Pedri G. Mocholi
	Alicia Hernández
METROPOLI	Raquel Castillo
	Raúl López
FREELANCE	Ana Marcos
	Kiko Pérez

Figura 28: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Martes 21 de marzo: Presentación Menú Primavera a medios

Miércoles 22 de marzo: Apertura al público.

Presupuesto:

El presupuesto estimado de la Presentación del Menú de Primavera es de 4.000€ ya que en esta ocasión la decoración de la sala es un factor muy importante. Donde destacamos la multitud de flores y fuentes que harán del salón un perfecto oasis para la ocasión.

4.3. Abril**BRUNCH DÍA DEL LIBRO****Situación:**

El domingo 23 de abril se celebra a nivel nacional el Día del Libro, que conmemora la muerte de escritores como Shakspeare y Miguel de Cervantes. En Cataluña, se celebra a su vez el día de San Jordi, donde la tradición une cultura y amor, por eso se regalan rosas rojas y libros. Todo el país llena de literatura sus calles

Objetivos:

Celebrar el día nacional del libro, donde parejas, amigos y familias puedan degustar un brunch, empapándose de la literatura de todos los tiempos.

Dar a conocer a los medios de comunicación esta acción cultural que realiza el hotel, uniendo en este caso literatura y gastronomía.

Públicos:

Periodistas, parejas, amigos, familias, o cualquier persona, con un poder adquisitivo medio-alto.

Estrategia:

Celebrar un Brunch especial por el Día del Libro. Con un menú, diseñado para la ocasión por el Chef del hotel. Diferentes tácticas para crear la armonía perfecta un domingo en el que los protagonistas son aquellos que salen de las páginas de los libros.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹²: Para dar a conocer a los medios de comunicación el Brunch especial por el “Día del Libro”, se enviará una nota de prensa el martes 11 de abril, y un posterior reenvío a modo de recordatorio el jueves 20 de abril.

- *Firma de libros*: Contaremos con la escritora Luz Gabás, que tras el éxito de su obra “*Palmeras en la nieve*” llega con una novela romántica “*Como fuego en el hielo*”. Estará firmando sus novelas de 12h a 13:30h.

- *Carrito con los bestsellers actuales*: Tendremos el placer de contar con un carrito gracias a la colaboración de La Casa del Libro, en el que se podrán comprar los mejores libros actuales, aquellos que están en el top 10 en este momento, como son:

- “*Como fuego en el hielo*” Luz Gabás
- “*Patria*” Fernando Aramburu
- “*Los ritos del agua*” Eva García Sáenz de Urturi
- “*No soy un monstruo*” Carme Chapparro
- “*El laberinto de los Espíritus*” Carlos Ruiz Zafón
- “*Las ventanas del cielo*” Gonzalo Giner
- “*Tres veces tú*” Federico Moccia
- “*Todo esto te daré*” Dolores Redondo
- “*Media vida*” Care Santos
- “*El silencio de la ciudad blanca*” Eva García Sáenz de Urturi

Día: domingo 23 de abril.

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid situado en la planta baja del hotel, con vistas y acceso a la terraza del mismo.

Escenografía: El Salón Brunch del hotel estará compuesto por mesas redondas de 3 ó 4 comensales. Mesa redonda central donde se encontrará el buffet del Brunch. El menú estará inspirado en los mejores bestsellers de la literatura actual. Con un espacio donde los comensales podrán relajarse en cómodos cheslong, y poder leer cualquier libro que encuentren en el carrito de La Casa del Libro.

Precio: 60€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 30€

¹² Anexo 6: Nota de Prensa “Brunch Día del Libro”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	Alberto Luchini x3
EL PAÍS	Alejandra Fernández x2
El Confidencial	María Igartua x3
	Lorena Redonda x4

Figura 29: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	Alberto Luchini x3
EL PAÍS	Alejandra Fernández x2
El Confidencial	María Igartua x3
	Lorena Redonda x4

Figura 30: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Domingo 23 de abril: Brunch Día del Libro

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Brunch Día del Libro es de 2.000€ ya que el carrito de Bestsellers que sería en lo que más habría que invertir, se trata de una colaboración con La Casa del Libro.

80 AÑOS DEL GUERNICA

Situación:

Se cumplen 80 años del bombardeo a la ciudad vasca Guernica, en plena Guerra Civil, donde Picasso recibió el encargo de una obra para la Exposición de París y se inspiró en Guernica. Cuando la acabó, era consciente de que había hecho la gran obra del siglo XX. Cambiando así su estilo para siempre.

Objetivos:

Rendir homenaje al pintor Pablo Picasso.

Dar a conocer a los medios de comunicación y sociedad la obra y vida de Picasso.

Públicos:

Esta acción va dirigida tanto a medios de comunicación, a cualquier individuo, con un poder adquisitivo medio-alto ya que se trata de un hotel de 5 estrellas y además incluye una visita por la exposición de Picasso en el Museo Reina Sofía.

Estrategia:

El miércoles 26 de abril se rendirá homenaje al gran artista Pablo Picasso, con múltiples actividades en el Hotel AG Madrid y fuera de él, para poder adentrarse en la vida del pintor y poder disfrutar de sus maravillosas obras.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹³: Se enviará una nota de prensa a los medios de comunicación el martes 18 de abril, para dar a conocer la acción que homenajea a Pablo Picasso y por tanto a su gran obra “El Guernica”. Como recordatorio se volverá a enviar el lunes 24 de abril.

- *Visita al Museo Reina Sofía*: El día comienza con una visita (opción a ser visita guiada o no) al Museo Reina Sofía para poder ver las más de 180 obras de Picasso que se encuentran en la exposición, además del famoso cuadro El Guernica. Habrá varios pases, por la mañana a las 11h y por la tarde a las 19h. Tras la visita serán trasladados al hotel.

- *Comida o cena*: Después de la visita a la exposición de Picasso, los comensales podrán degustar una comida o cena inspirada en la época del artista, exaltando los valores de sus obras.

Día: Miércoles 26 de abril

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con réplicas de las obras y retratos del pintor. Ambientado en la España de la Guerra Civil, para que los comensales puedan adentrarse

¹³ Anexo 7: Nota de Prensa “80 Años del Guernica”

en el momento que inspiró al artista, para realizar la gran obra del siglo XX, “El Guernica”. La vajilla utilizada tendrá impresas obras del pintor.

Precio: 80€ por persona IVA incluido (incluida la entrada al Museo Reina Sofia)

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 50€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x3
	Alejandra Fernández x2
	Alex Vicente x5
	Diego Bagnera x3
	Concha Tosantos
	Elena del Castillo x2

Figura 31: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x3
	Alejandra Fernández x2
	Alex Vicente x5
	Diego Bagnera x3
	Concha Tosantos
	Elena del Castillo x2

Figura 32: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Miércoles 26 de abril: 80 años del Guernica

Presupuesto:

El presupuesto estimado de los 80 años del Guernica es de 6.000€. La decoración de la sala, y la vajilla serán factores a tener en cuenta en el presupuesto.

4.4. Mayo

BRUNCH DÍA DE LA MADRE

Situación:

Cada primer domingo del mes de mayo se celebra el Día de la Madre, una celebración donde se exaltan los sentimientos hacia las mujeres y especialmente a las madres.

Objetivos:

Atraer a las familias al Brunch del Hotel AG Madrid, para que tanto hijos como madres puedan disfrutar de un domingo familiar.

Dar a conocer a los medios de comunicación el Brunch en honor a las madres e invitarles para que puedan disfrutar de un domingo muy divertido.

Públicos:

Familias con hijos, con un poder adquisitivo medio-alto, ya que se trata de un Brunch en un hotel de 5 estrellas.

Medios de comunicación de ocio, gastronómicos, dedicados a la mujer y las madres, para conseguir una publicación en ellos.

Estrategia:

El Brunch del Día de la Madre, es la estrategia que se va a llevar a cabo desde el Hotel AG Madrid, donde las familias podrán disfrutar de un domingo diferente en la capital.

Tácticas:

- *Nota de Prensa*¹⁴: Se enviará una nota de prensa informativa a los medios de comunicación el martes 25 de abril, y un posterior reenvío el miércoles 3 de mayo.
- *Sombra aquí y sombra allá, maquíllate maquíllate*: El Corte Inglés traerá un set de maquillaje de la conocida y prestigiosa marca MAX Factor, con 2 especialistas para probar los productos de la nueva temporada de primavera-verano que nos ofrece la marca. Maquillajes de diferentes tonos para múltiples ocasiones.
- *Mini reposteros*: Los niños de 4 a 12 años, podrán asistir a un taller de repostería, donde el Chef del Hotel AG Madrid les enseñará tres recetas (natillas con galletas, trufas de chocolate y pastel de manzana) para hacer los mejores dulces en un día tan especial. Donde los padres serán los mejores jueces.

¹⁴ Anexo 8: Nota de Prensa “Brunch Día de la Madre”

- *Sorteo de 4 entradas para Port Aventura:* Se sortearán 4 entradas para el parque de atracciones Port Aventura gracias a Viajes El Corte Inglés.

Día: Domingo 7 de mayo

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid.

Escenografía: En el salón, se colocarán diferentes mesas redondas, para 2, 4 ó 6 comensales. En el centro del salón se encontrará la zona buffet. Se delimitarán diferentes zonas dentro y fuera del salón, donde pequeños y mayores podrán realizar múltiples actividades.

En esta ocasión también contaremos con la colaboración del El Corte Inglés, que hará del Día de la Madre un recuerdo inolvidable.

Precio: 65€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 35€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x4
	Ana Santos x3
	Ana Guerra x4
	Sara Monetero x3

Figura 33: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x4
	Ana Santos x3
	Ana Guerra x4
	Sara Monetero x3

Figura 34: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Domingo 7 de mayo: Brunch Día de la Madre

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Brunch Día de la Madre es de 2.000€. Ya que El Corte Inglés realiza una colaboración con el Hotel AG Madrid.

¡EL VERANO YA LLEGÓ!**Situación:**

El verano llega y con él las ganas de fiesta, de pasarlo bien, de disfrutar de la gastronomía y de una tarde con amigos en una terraza.

Objetivos:

Inaugurar el verano en pleno corazón de la capital.

Dar a conocer a los medios de comunicación la llegada del verano con una gran fiesta en el Hotel AG Madrid.

Públicos:

Personas mayores de edad, con un poder adquisitivo medio-alto ya que se trata de una fiesta en un hotel de 5 estrellas.

Los medios de comunicación, para darles a conocer, la apertura de la terraza del Hotel AG Madrid e invitarles a la inauguración del Verano.

Estrategia:

Celebrar una fiesta para inaugurar la terraza del Hotel AG Madrid, donde serán invitados medios de comunicación y quien quiera pasar una buena noche de sábado.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁵: Se enviará una nota de prensa informativa a los medios de comunicación el martes 16 de mayo y el miércoles 24 se reenviará a modo de recordatorio.

- *Zona Chill Out y relax*: Compuesta por 12 mesas pequeñas rodeadas de sofás de terraza, para poder relajarse cualquier día caluroso de verano. Abierta desde las 18h hasta la 1 a.m.

¹⁵ Anexo 9: Nota de Prensa “¡El Verano ya llegó!”

- *Zona comidas y cenas:* La terraza del Hotel AG Madrid cuenta con una zona restaurante en la que se puede elegir comer fuera, en la terraza al aire libre o dentro, en un porche que con grandes ventanales que tiene salida a la terraza. El sábado 27 se podrá reservar únicamente para cenar. A partir del domingo estará abierta la zona tanto para comidas como para cenas. Horario de cocina desde las 13:30 hasta las 16:00 y desde las 20:30h hasta a las 23:30h.

Precio: 75€ por persona (IVA incluido)

- *Zona Cóctel:* Para la ocasión se va a llevar a cabo un cóctel por si los invitados no quisieran sentarse a cenar, para que el ambiente sea más distendido y dinámico. Con mesas altas para degustar un menú de tapas elaboradas.

Precio: 50€ por persona (IVA incluido)

- *Fiesta del verano Tanqueray:* A las 23h horas comienza la Gran Fiesta del Verano en la terraza del Hotel AG Madrid. En la zona de copas la marca de ginebra Tanqueray colaborará y traerá a varios bármanes, para preparar las mejores copas. Se podrá bailar al ritmo del DJ pinchando en directo, hasta las 3 a.m.

Día: Sábado 27 de mayo.

Lugar: Terraza del Hotel AG Madrid (planta baja)

Escenografía: La terraza se dividirá en varias zonas, y en cada una de ellas se podrá realizar diferentes actividades, como se ha detallado anteriormente.

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ramón Nadal x4
	Ana Fernández x3
	Raúl Álvarez x2
	Ana Santos x3
ABC	Marcos Díaz
EL PAÍS	Cristóbal Ramirez x3
METROPOLI	Laura Dapena x3
ELLE	Álvaro Luengo x2
	Isabel Alonso
marie claire	Isabel Vaquero x2
mujerhoy	Bárbara Pérez
XI Semanal	Diego Bagnera x2
TELVA	Elena Flor x3
	Iraide Almudi
	Eva Escobar x3
GRAN HOTEL	Daniel Ortiz
	Luciana Salvador x2
Revista gastronómica de actualidad 	Lola Pérez x3

Figura 35: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ramón Nadal x4
	Ana Fernández x3
	Raúl Álvarez x2
EL PAÍS	Cristóbal Ramirez x3
METROPOLI	Laura Dapena x3
ELLE	Álvaro Luengo x2
	Isabel Alonso
mujerhoy	Bárbara Pérez
XI Semanal	Diego Bagnera x2
TELVA	Elena Flor x3
	Eva Escobar x3
GRAN HOTEL	Daniel Ortiz
	Luciana Salvador x2

Figura 36: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

27 de mayo: ¡El Verano ya llegó!

Presupuesto:

El presupuesto estimado del la Fiesta del Verano es de 27.000€. Invertido tanto en la decoración, como el DJ. Se contará con la colaboración de la marca Tanqueray.

4.5. Junio

FINAL DE LA CHAMPIONS

Situación:

La Champions está considerada como el torneo internacional oficial de fútbol más prestigioso a nivel de clubes. En esta ocasión la final se juega en la ciudad de Cardiff, capital de Gales. Los que luchan por el título son dos clubes tan importantes como el Real Madrid y La Juventus.

Objetivos:

Dar cobertura a la Final de La Champions, un acontecimiento muy relevante en el mundo del fútbol.

Públicos:

Aquellas personas que sean aficionadas al fútbol, o quieran disfrutar de una jornada de deporte tan esperada como la Final de La Champions.

También todos aquellos periodistas del mundo deportivo, que quieran disfrutar del partido.

Estrategia:

Cena en el Hotel AG Madrid con una pantalla gigante para ver el partido de la Final de La Champions.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁶: Se enviará una nota de prensa a los medios de comunicación el martes 23 de mayo, para dar a conocer la acción de la Final de La Champions en el Hotel AG Madrid. Con posterior reenvío el jueves 1 de junio.

- *Disfruta del partido*: La ocasión lo merece, el Hotel AG Madrid, tendrá 2 pantallas gigantes en los salones centrales, para que todos los aficionados puedan disfrutar del partido. En el salón donde no se hace la cena, el suelo será césped artificial. Y habrá diferentes zonas, en un lado del salón el lugar más cómodo, con grandes pufs redondos con forma de balón, donde la gente puede sentarse y disfrutar del partido. En el otro extremo asientos a modo de banquillo de estadio de fútbol con el escudo del Real Madrid. Al tratarse de un hotel en la capital, la mayoría de las personas que vayan a ver el partido al Hotel AG Madrid, son del Real Madrid Fútbol Club, por lo que la

¹⁶ Anexo 10: Nota de Prensa “Final de La Champions”

escenografía llevará pequeños detalles con el escudo del equipo. También en el salón habrá una zona de juego para los más pequeños con miniporterías y balones para que puedan divertirse.

- *Cena:* Durante el partido se habilitará uno de los salones con pantalla gigante para quien quiera degustar una cena futbolera. Durante la cena se sortearán 2 entradas dobles para un partido de Champions del Real Madrid, en el Santiago Bernabéu.

Día: Sábado 3 de junio

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con un ambiente futbolero.

Precio: 70€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 50€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Sergio Gómez x3
	Javier Estepa x2

Figura 37: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Sergio Gómez x3
	Javier Estepa x2

Figura 38: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Sábado 3 de Junio: Final de La Champions.

Presupuesto:

El presupuesto estimado de la Cena Final de La Champion es de 6.000€. La gran parte del presupuesto irá destinado a la decoración de las salas.

HOGUERAS DE SAN JUAN

Situación:

La noche del viernes 23 de junio se celebra en todo el territorio nacional las Hogueras de San Juan, ya que al día siguiente es la festividad del Santo. La tradición manda que en la hoguera se quemen los malos augurios, y que todo lo malo desaparezca de tu vida para dar paso a lo bueno.

Objetivos:

Festejar las típicas Hogueras de San Juan con los madrileños en una noche especial.

Públicos:

Todo aquel que quiera disfrutar de una noche mágica de San Juan en el Hotel AG Madrid.

Estrategia:

Cena en el Hotel AG Madrid con posterior Hoguera de San Juan en la terraza del hotel, amenizando la velada un DJ en directo.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁷: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el martes 13 de junio, con un posterior recordatorio el lunes 19 de junio.

- *Cena*: El viernes 23 tendrá lugar en el Hotel AG Madrid la cena propia de la noche de San Juan. Con posterior hoguera en la terraza del hotel.

Día: Viernes 23 de junio.

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel. Y Terraza del Hotel AG Madrid (planta baja).

Escenografía: El salón estará decorado con farolillos y antorchas. Después de la cena, a las 23:30h aproximadamente, tendrá lugar, la típica Hoguera de San Juan en la terraza del hotel, donde una banda de música tocará en directo. Los asistentes podrán tirar a la hoguera los malos deseos, para dejar paso a los buenos. Tras la hoguera un DJ amenizará la fiesta hasta altas horas de la madrugada.

Precio: 75€ por persona IVA incluido

¹⁷ Anexo 11: Nota de Prensa “Hogueras de San Juan”

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 55€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x3
	Charo Carrera x4
	Luciana Salvador x2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Alonso x3

Figura 39: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x3
	Charo Carrera x4
	Luciana Salvador x2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Alonso x3

Figura 40: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Viernes 23 de junio: Hogueras de San Juan

Presupuesto:

El presupuesto estimado de la noche de las Hogueras de San Juan, es de 27.000€. Destinados tanto a la decoración, como en la preparación de la Hoguera, la música en directo y el DJ.

4.6 Julio

CINE DE VERANO

Situación:

El mes de julio en la capital, se caracteriza por el calor abrasador. Por lo que los madrileños aprovechan las noches, momento en el cual se agradece salir a la calle a tomar el fresco. Por ello el Hotel AG Madrid, propone los viernes y sábados del mes de julio una actividad que no se podrá rechazar: Cine de Verano.

Objetivos:

Disfrutar de las noches de verano, en la Terraza del Hotel AG Madrid, con buen cine al aire libre.

Públicos:

Todo aquel que quiera disfrutar de buen cine, las noches de verano en la Terraza del Hotel AG Madrid. Las películas serán para todos los públicos.

Estrategia:

Cena en el Hotel AG Madrid con posterior proyección de una película, en una pantalla gigante colocada en la terraza del hotel.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁸: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el miércoles 21 de junio, con un posterior recordatorio el miércoles 28 de junio.

- *Cena*: Todos los viernes y sábados del mes de julio, a las 21:30h tendrá lugar la cena de las noches de cine de verano, en la Terraza del Hotel AG Madrid. Con posterior proyección de las películas.

Días: 1, 7, 8, 14, 15, 21, 22, 28, 29 de julio

Lugar: Terraza del Hotel AG Madrid. La terraza estará dividida en dos zonas: donde los invitados disfrutarán de una cena diseñada por el Chef del hotel. En otra zona separada, estará la gran pantalla donde se proyectarán las diferentes películas según el día y la temática.

Escenografía: En la zona de cenas, la terraza contará con diferentes tipos de mesas redondas y cuadradas, donde los comensales podrán disfrutar de la velada.

¹⁸ Anexo 12: Nota de Prensa “Cine de Verano”

- Cine de Verano:

Días: 1, 7, 8, 14, 15, 21, 22, 28, 29 de julio

Lugar: Terraza del Hotel AG Madrid

Escenografía: En la zona de proyección, la terraza estará decorada con butacas de cine, cámaras y carteles de cine antiguos. Un carrito donde los invitados pueden comprar palomitas recién hechas, golosinas y bebidas. Una pantalla colocada en la gran pared de la terraza, donde se proyectarán las diferentes películas.

- Sábado 1 de julio: “La vida de Pi”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x2
	Javier Díaz Murillo x2

Figura 41: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x2
	Javier Díaz Murillo x2

Figura 42: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Viernes 7 de julio: “E.T.”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Fernando Navarro x2
	Belén Alonso x3

Figura 43: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Fernando Navarro x2
	Belén Alonso x3

Figura 44: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Sábado 8 de julio: “*Bienvenidos al norte*”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carlos Maribona x3
mujerhoy	Charo Carrera x4

Figura 45: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carlos Maribona x3
mujerhoy	Charo Carrera x4

Figura 46: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Viernes 14 de julio: “*Pulp Fiction*”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
 TELEMADRID	Ana Fernández x3
XLSemanal	Diego Bagnera x 2

Figura 47: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
 TELEMADRID	Ana Fernández x3
XLSemanal	Diego Bagnera x 2

Figura 48: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Sábado 15 de julio: “*Pretty Woman*”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Isabel Alonso x2
BLOG DE CINE	Alberto Abuin x3

Figura 49: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Isabel Alonso x2
	Alberto Abuin x3

Figura 50: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Viernes 21 de julio: “Buscando a Dori”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Paloma Arranz x4
	Daniel Ortiz x4

Figura 51: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Paloma Arranz x4

Figura 52: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Sábado 22 de julio: “Grease”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Martín Caparrós x3
	José Antonio Vega x4

Figura 53: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Martín Caparrós x3
	José Antonio Vega x4

Figura 54: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Viernes 28 de julio: “La vida es bella”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Alberto Luchini x2
	Luciana Salvador x2

Figura 55: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Alberto Luchini x2
	Luciana Salvador x2

Figura 56: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Sábado 29 de julio: “Gladiator”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Carlos Bollero x3
InStyle	Chus Salido x3

Figura 57: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Carlos Bollero x3
InStyle	Chus Salido x3

Figura 58: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Precio: 55€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 35€

Calendario:

Viernes y sábados de julio: Cine de Verano.

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Cine de Verano es de 25.000€. La gran pantalla será un factor clave a tener en cuenta, al igual que las butacas y el resto de decoración. Así como el carrito de palomitas.

4.7. Agosto**BRUNCH DEL VERANO****Situación:**

En verano, apetece comer platos fríos para paliar el sofocante calor. Por ello en el Hotel AG Madrid se puede disfrutar los domingos de una gran variedad de productos de diferentes nacionalidades en el Brunch del Verano. Todo ello en la terraza del hotel

Objetivos:

Ofrecer una gran variedad gastronómica refrescante para los domingos de agosto en la capital.

Públicos:

Todas aquellas personas que quieran disfrutar en la Terraza del Hotel AG Madrid. Con un nivel adquisitivo medio-alto ya que se trata de un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Todos los domingos de agosto, tendrá lugar en el Hotel AG Madrid el Brunch del Verano. Con opción de degustarlo en la terraza o dentro en el Salón Brunch.

Tácticas:

- *Nota de prensa*¹⁹: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el martes 25 de julio, con un posterior recordatorio el miércoles 2 de agosto.

- *Brunch del Verano*: Desde el Hotel AG Madrid, se ha querido rendir un homenaje a todos aquellos que se quedan en la capital en agosto. Para ello el Brunch del Verano es un plan perfecto, donde poder degustar más de 150 variedades gastronómicas de diferentes rincones del planeta. En esta ocasión el Chef del hotel, ha diseñado un Brunch donde la fruta es una de las principales protagonistas. Además del marisco y pescado fresco de cada día y una gran variedad de carne entre otros alimentos.

Día: Todos los domingos de agosto.

¹⁹ Anexo 13: Nota de Prensa “Brunch del Verano”

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid o Terraza del Hotel AG Madrid.

Escenografía: La terraza estará decorada con motivos veraniegos, formando un oasis en pleno corazón de Madrid. El Salón Brunch del hotel, estará decorado con palmeras y motivos del verano.

Precio: 65€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 35€

- Domingo 6 de agosto:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
CincoDías	Laura Conde x3
mujerhoy	África Silvelo x3
METROPOLI	María Tapia x2

Figura 59: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	María Tapia x2

Figura 60: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 13 de agosto:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x3
EL PAÍS	Pedro Zuazua x2
ELLE gourmet	Cristina Altozano x2

Figura 61: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x3
ELLE gourmet	Cristina Altozano x2

Figura 62: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 20 de agosto:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Carrera x2
	José Miguel Suárez x3
	Beatriz Almansa x2

Figura 63: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	José Miguel Suárez x3
	Beatriz Almansa x2

Figura 64: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 27 de agosto:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Rosa Ballarín x3
	Carmen Olalla x4
	Ana Santos x2

Figura 65: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Rosa Ballarín x3
	Carmen Olalla x4

Figura 66: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Todos los domingos de agosto: Brunch del Verano

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Brunch del Verano es de 4.000€. Destinado la gran mayoría a la decoración y escenografía.

4.8. Septiembre

BRUNCH MASTERCHEF JUNIOR

Situación:

Septiembre es el mes de la vuelta al cole, donde los más pequeños tienen que volver a la rutina. Para que no se haga demasiado cuesta arriba, el Hotel AG Madrid propone un Brunch especial Masterchef Junior, donde los niños y niñas podrán divertirse siendo por un día verdaderos Chefs.

Objetivos:

Hacer de los domingos de septiembre, un día especial para los más pequeños.

Públicos:

Familias con niños y niñas de entre 6 a 13 años. Con un nivel adquisitivo medio-alto ya que se trata de una acción en un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Celebrar un Brunch especial Masterchef Junior para que los más pequeños se diviertan siendo Chefs por un día. Los padres podrán inscribir una semana antes a los pequeños al taller de chefs que el jurado de Masterchef impartirá cada domingo. El precio del taller irá incluido en el precio del Brunch de los niños.

Día: Todos los domingos de septiembre, 3, 10, 17, 24

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid

Precio: 75€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 65€

Tácticas:

- *Nota de prensa*²⁰: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el martes 22 de agosto, con varios recordatorios el miércoles 30 de agosto y el miércoles 13 de septiembre.

- *Gorro, chaquetilla y delantal*: El Hotel AG Madrid contará todos los domingos con los miembros del jurado de Masterchef, Samantha Vallejo-Nágera, Jordi Cruz y Pepe Rodríguez Rey, que impartirán una clase magistral de 2 horas de duración a los más

²⁰ Anexo 14: Nota de Prensa “Brunch Masterchef Junior”

pequeños. Aprenderán a realizar un menú que consistirá en un primero un segundo y un postre, adaptado a las capacidades de los participantes. Posteriormente los padres podrán hacer de jurado de las creaciones gastronómicas de sus hijos. Todos los alimentos los proporcionará el supermercado oficial de Masterchef, Supermercados El Corte Inglés (Supercor).

- *Sorteo Casting*: Se realizará un sorteo entre todos los niños que participen para una plaza en el casting de la siguiente edición de Masterchef Junior.

Días:

- Domingo 3 de septiembre:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x5
marie claire	Cristina García x4

Figura 67: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x5
marie claire	Cristina García x4

Figura 68: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 10 de septiembre:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
EL MUNDO	Blog Sapos y Princesas x4
guía del Socio	Lourdes Romero x4

Figura 69: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
EL MUNDO	Blog Sapos y Princesas x4
guía del Socio	Lourdes Romero x4

Figura 70: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 17 de septiembre:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
EL PAÍS	Ana Fernández x4
tve	María José Molina x4

Figura 71: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
EL PAÍS	Ana Fernández x4
tve	María José Molina x4

Figura 72: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

- Domingo 24 de septiembre

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
Revista gastronómica de actualidad R VINOS Y RESTAURANTES	Lola Osuna x4
YO	Mapi Vidal x3

Figura 73: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia.

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
Revista gastronómica de actualidad R VINOS Y RESTAURANTES	Lola Osuna x4
YO	Mapi Vidal x3

Figura 74: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia.

Calendario:

Todos los domingos de septiembre: Brunch Masterchef Junior.

Presupuesto:

El presupuesto estimado del Brunch Masterchef Junior es de 16.000€. Destinado la gran mayoría a la decoración y escenografía, así como a los utensilios necesarios para el taller (gorro, chaquetilla y delantal) para cada niño.

4.9. Octubre

FIESTA DE HALLOWEEN

Situación:

Hoy en día Halloween es una fiesta conocida y celebrada mundialmente. La noche de halloween como tal es la del 31 de octubre, pero en esta ocasión se celebrará la fiesta de disfraces el sábado 28 para que se pueda disfrutar aún más siendo fin de semana.

Objetivos:

Celebrar la Fiesta de Halloween con un gran baile de disfraces.

Públicos:

Todas aquellas personas que quieran celebrar Halloween en la capital con un baile de disfraces y mucho más. Con un nivel adquisitivo medio-alto ya que se trata de un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Cena de Halloween y fiesta de disfraces

Tácticas:

- *Nota de prensa*²¹: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el miércoles 18 de octubre, con un posterior recordatorio el jueves 26 de octubre.
- *Cena*: Desde el Hotel AG Madrid, se ha querido celebrar Halloween con una cena especial para la ocasión.

Día: Sábado 28 de octubre

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos de Halloween, desde telas de araña colgadas por las paredes y fotos antiguas, candelabros, calabazas gigantes con luz en su interior, fantasmas, grandes calderos humeantes, calaveras, tumbas...etc. Los camareros irán disfrazados de personajes de películas de terror. Todo ello para crear un ambiente de lo más escalofriante.

²¹ Anexo 15: Nota de Prensa "Fiesta de Halloween"

- *Fiesta de Disfraces:* Tras la cena, a las 23:00h (aprox) tendrá lugar la Fiesta de Disfraces. Con un DJ en directo, los invitados podrán bailar hasta altas horas de la madrugada.

- *El mejor disfraz:* En la fiesta se elegirá el mejor disfraz de la noche. El ganador/a tendrá como premio 4 entradas para el Parque Warner de Madrid en la fiesta que tiene lugar en Halloween.

Precio: 75€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 55€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Lourdes Romero x2
	Ana Santos x4
	Daniel Camiroaga x2
	Pilar Lerena x 2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Fernández x2
	Marisa del Bosque x2
	Luciana Salvador x3
	Magdalena Piñero

Figura 75: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Lourdes Romero x2
	Ana Santos x4
	Pilar Lerena x 2
	Diego Bagnera x3
	Marisa del Bosque x2
	Luciana Salvador x3

Figura 76: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

Calendario:

Sábado 28 de octubre: Fiesta de Halloween

Presupuesto:

El presupuesto estimado de la Fiesta de Halloween es de 24.000€. Destinado la gran mayoría a la decoración y escenografía, que en esta ocasión tiene mucha relevancia, incluyendo además de la contratación del DJ.

4.10. Noviembre**CENA DE ACCIÓN DE GRACIAS****Situación:**

La Cena de Acción de Gracias que se celebra tradicionalmente en Estados Unidos, es un día una celebración en muchos países de Europa. Consiste en degustar el típico pavo asado con la receta que desde hace siglos se realiza, para agradecer a Dios las buenas cosechas que se han recogido.

Objetivos:

Celebrar la Fiesta de Acción de Gracias.

Públicos:

Todas aquellas personas que quieran celebrar el Día de Acción de Gracias en la capital. Con un nivel adquisitivo medio-alto ya que se trata de un hotel de 5 estrellas.

Estrategia:

Cena de Acción de Gracias en el Hotel AG Madrid.

Tácticas:

- *Nota de prensa*²²: Se enviará la nota de prensa a los medios de comunicación el martes 14 de noviembre, con un posterior recordatorio el martes 21 de noviembre.

- *Cena*: Desde el Hotel AG Madrid, se ha querido celebrar la Cena de Acción de Gracias.

Día: Jueves 23 de noviembre.

²² Anexo 16: Nota de Prensa “Cena de Acción de Gracias”

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos para la ocasión.

Precio: 75€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 55€

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carmen Ferrero x2
InStyle	María Elvira x2
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x2
CincoDías	Alfonso Simón x3

Figura 77: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carmen Ferrero x2
CincoDías	Alfonso Simón x3

Figura 78: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

Calendario:

Jueves 23 de noviembre: Cena de Acción de Gracias

Presupuesto:

El presupuesto estimado de la Cena de Acción de Gracias es de 2.000€. Destinado la gran mayoría a la decoración y escenografía.

4.11. Diciembre

CAMPAÑA DE NAVIDAD

Situación:

La Navidad, esa época del año en la que la familia se reúne alrededor de una mesa a festejar el nacimiento de Jesús. Además se da la bienvenida al nuevo año con las tradicionales campanadas en la Puerta del Sol de Madrid. Terminando con la visita de sus Majestades Los Reyes Magos de Oriente.

Objetivos:

Celebrar una época del año tan especial y emotiva con diferentes galas, para que los asistentes puedan disfrutar y sentirse como en casa.

Públicos:

Todas aquellas personas y especialmente familias, que quieran disfrutar de las galas navideñas que se celebran en el Hotel AG Madrid de 5 estrellas.

Estrategia:

En esta ocasión la campaña de Navidad del Hotel AG Madrid estará inspirada en los tradicionales cuentos infantiles, para hacer de esta celebración, una Navidad de cuento. Por ello cada gala de navideña que se celebre en el hotel estará inspirada en un cuento.²³

Tácticas:

- *Nota de prensa*²⁴: Se enviará la primera nota de prensa como píldora informativa el martes 7 de noviembre, posteriormente se volverá a enviar el miércoles 22 de noviembre, el martes 12 de diciembre y por último el miércoles 19 de diciembre. Para que así sirva de recordatorio, al tratarse de una sucesión de Galas durante toda la época navideña.

- *Cena de Gala de Nochebuena*: El cuento elegido para celebrar esta velada es “El cascanueces y el Rey de los Ratones” de Hoffman. La cena de Gala estará inspirada en la gastronomía que se puede encontrar en el cuento.

Día: Domingo 24 de diciembre (Nochebuena) a las 21h.

²³ Anexo 17: Una Navidad de Cuento en el Hotel AG Madrid

²⁴ Anexo 18: Nota de Prensa “Una Navidad de Cuento”

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento del Cascanueces. Habrá un gigantesco Abeto de Navidad, del cual colgarán caramelos y golosinas. A los pies del árbol un sinfín de paquetes de regalos.

Precio Gala Nochebuena:

Adultos: 190€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 65€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Agustín Castellote x2
	Laura Conde x4
	Marisa del Bosque x4
marie claire	Pepa Calderón

Figura 79: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Agustín Castellote x2
	Laura Conde x4
	Marisa del Bosque x4
marie claire	Pepa Calderón

Figura 80: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

- *Brunch de Navidad*: El cuento elegido para el Brunch de Navidad es, como no podía ser otro, “El cuento de Navidad” de Charles Dickens.

Día: Lunes 25 de diciembre (Navidad) a las 13:30h.

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento, manteniéndose el gigantesco Abeto de Navidad, con gran cantidad de regalos a sus pies.

Precio Brunch de Navidad:

Adultos: 140€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 60€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Raúl Pina x5
	Rosa González x2
	Isabel Navarro x3
	Daniel Rodríguez x3

Figura 81: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Raúl Pina x5
	Rosa González x2
	Isabel Navarro x3
	Daniel Rodríguez x3

Figura 82: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

- *Cena de Gala Nochevieja*: El cuento elegido para esta Gala es “Hansel y Gretel” de los Hermanos Grimm. La cena de gala estará inspirada en la gastronomía que se puede encontrar en el cuento, sobre todo en los postres, ya que como bien sabemos el dulce en esta historia es el hilo conductor durante toda la trama. A las 23:30h tendrá lugar el previo a las campanadas, y con ello la entrega del cotillón. A las 00:00h en grandes pantallas colocadas en las esquinas del salón se podrá ver las campanadas de la Puerta del Sol de Madrid. Para dar la bienvenida al Nuevo Año, un DJ en directo amenizará la noche hasta altas horas de la madrugada.

Día: Domingo 31 de diciembre (Nochevieja) a las 21h.

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento, habrá una gran fuente de chocolate, y golosinas por doquier. Una casita de gominolas, donde los más pequeños puedan entrar y disfrutar de una noche mágica.

Precio Gala Nochevieja (incluye cotillón)

Adultos: 290€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 165€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Beatriz Carmena x2
	Emilia Muñoz x3
	Gema Veiga x4
	Luciana Salvador x3

Figura 83: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Beatriz Carmena x2
	Emilia Muñoz x3
	Gema Veiga x4
	Luciana Salvador x3

Figura 84: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

- *Brunch de Año Nuevo*: El cuento elegido para el Brunch de Año Nuevo, es “La Niña de los Fósforos” de Hans Christian Andersen. Para empezar el Nuevo Año con buen pie, quien lo desee podrá disfrutar a partir de las 10:30 de las mañana, en pantallas gigantes, del Concierto que la Orquesta Filarmónica de Viena nos ofrece. Para continuar con un magnífico Brunch de Año Nuevo.

Día: Lunes 1 de enero (Año Nuevo)

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento, decoración de lo más navideña, con el Gran Abeto en el centro, y con grandes bolas gigantes, haciendo del salón un lugar más acogedor aun si cabe.

Precio Brunch Año Nuevo:

Adultos: 140€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 60€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Alicia Hernández x3
	Concha Tosantos x2
	Alejandra Fernández x4
	Alejandra Abad x3

Figura 85: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Alicia Hernández x3
	Concha Tosantos x2
	Alejandra Fernández x4
	Alejandra Abad x3

Figura 86: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

- *Gala Noche de Reyes*: El cuento elegido para esta Gala es “RumpelstilSkin” de los Hermanos Grimm. A las 18:30h se habilitará un lugar privilegiado para que las familias con los más pequeños puedan ver la tradicional Cabalgata de Reyes. La cena de gala estará inspirada en la gastronomía que se puede encontrar en el cuento.

Día: Viernes 5 de enero (Noche de Reyes)

Lugar: Salón Restaurante del Hotel AG Madrid que cuenta con un gran ventanal que da al exterior del Paseo de la Castellana, en la 4ª planta del hotel.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento. Los más pequeños tendrán el honor de ver a SS.MM. Los Reyes Magos de Oriente después de la Cabalgata subirán al hotel para que los niños y niñas puedan pedirles los regalos que más deseen.

Precio Gala Noche de Reyes

Adultos: 190€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 65€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Enrique López x3
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x4
El Confidencial	Gema Excribano x2
elEconomista	Virginia Martínez x3

Figura 87: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Enrique López x3
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x4
El Confidencial	Gema Excribano x2
elEconomista	Virginia Martínez x3

Figura 88: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

- *Brunch de Reyes*: El cuento elegido para el Brunch de Reyes, es “El soldadito de plomo” de Hans Christian Andersen.

Día: Sábado 6 de enero (Día de Reyes)

Lugar: Salón Brunch del Hotel AG Madrid.

Escenografía: El salón estará decorado con motivos del cuento. En la entrada el muñeco del cuento, el soldadito de plomo, a tamaño real, dará la bienvenida a los comensales. Seguirá la decoración navideña de los días anteriores.

Precio Brunch de Reyes:

Adultos: 100€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 50€

Medios invitados:

MEDIO	PERIODISTA
LAS PROVINCIAS	Francisco Pérez x2
	Laura Esteban x3
XLSemanal	Juan José Esteban x4
	Rafael Vidiella x4

Figura 89: Tabla medios de comunicación invitados. Elaboración propia

Medios asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
LAS PROVINCIAS	Francisco Pérez x2
	Laura Esteban x3
XLSemanal	Juan José Esteban x4
	Rafael Vidiella x4

Figura 90: Tabla medios de comunicación asistentes. Elaboración propia

Calendario:

- Domingo 24 de diciembre (Gala de Nochebuena)
- Lunes 25 de diciembre (Brunch de Navidad)
- Domingo 31 de diciembre (Gala de Nochevieja)
- Lunes 1 de enero (Brunch Año Nuevo)
- Viernes 5 de enero (Gala Noche de Reyes)
- Sábado 6 de enero (Brunch Día de Reyes)

Presupuesto:

El presupuesto estimado para toda la campaña supera los 60.000€. La mayor parte del presupuesto va destinado a la decoración y a la actuación del DJ en directo en la Gala de Nochevieja

CAPÍTULO 5

Extracción de datos, interpretación y evaluación

Para saber si las acciones de relaciones públicas realizadas en el Hotel AG Madrid, son eficaces, a continuación se va a llevar a cabo un análisis cuantitativo. Para ello se va a realizar una ficha técnica²⁵, en la que se incluyen 2 ítems para evaluar posteriormente la acción. El primer ítem será los medios de comunicación asistentes y el segundo los medios de comunicación que publican. Dependiendo del número de medios que asistan y cuántos de ellos publiquen, se determinará si la acción ha sido eficaz o no. En este sentido se considerará una acción de eficaz, aquella a la que asistan el 50% o más, de los medios de comunicación invitados. Y publiquen el 50% o más de los que asisten. Pudiendo considerar diferentes grados de eficacia, si asisten y publican más medios de comunicación de lo esperado.

Cabe destacar, que en cualquier evento o acción de relaciones públicas, por norma general, no suele asistir el 100% de los invitados.

5.1. Febrero²⁶

En el mes de febrero contamos con la acción llamada “La Semana del Amor” compuesta por varias acciones, distribuidas en 3 días de una misma semana. En total se invitaron a 11 medios de comunicación de los cuales asistieron 10 y publicaron 7. Por lo que se puede decir que la acción ha sido eficaz, teniendo en cuenta que no siempre asisten el 100% de los invitados.

A la “Fiesta de Máscaras” fueron invitados 3 medios de comunicación y asistieron los 3, de los cuales han publicado 2. Por lo que podríamos afirmar que la acción ha sido eficaz.

5.2. Marzo²⁷

En el mes de marzo contamos con dos acciones, el “Brunch Día del Padre” al cual se invitaron a 4 medios de comunicación de los cuales asistieron 3 y publicaron los 3. Por tanto la acción ha sido eficaz ya que todos los medios asistentes han publicado sobre el Brunch.

²⁵ Anexo 19: Ficha técnica de evaluación

²⁶ Anexo 20: Ficha técnica de evaluación mes de febrero

²⁷ Anexo 21: Ficha técnica de evaluación mes de marzo

Por otro lado la “Presentación Menú de Primavera” donde fueron invitados 12 medios de comunicación, asistieron 10 medios y publicaron 7. Podemos decir que la acción ha sido eficaz, teniendo en cuenta que por norma general asisten un 80% de invitados aproximadamente, de los cuales no suele publicar el 100%.

5.3. Abril²⁸

En abril contamos con el “Brunch Día del Libro” al cual se invitaron 4 medios de comunicación, de los cuales asistieron los 4 y publicaron los 4. En esta ocasión podemos afirmar que la acción ha sido eficaz al 100%.

“80 años Guernica” es otra de las acciones que tiene lugar en abril. Para la ocasión se invitaron a 6 medios de comunicación y asistieron 5 de los cuales publicaron 3. No ha sido una acción del todo eficaz, ya que al final, han publicado menos de lo esperado.

5.4. Mayo²⁹

El domingo 7 de mayo se celebró el “Brunch Día de la Madre” al que se invitó a 4 medios de comunicación, de los cuales asistieron los 4 pero sólo publicaron 2. Por lo que se podría decir que la acción no ha sido del todo eficaz.

El sábado 27 de mayo tuvo lugar la fiesta que inauguraba el verano “¡El Verano ya llegó!”. Se invitó a 18 periodistas de los cuales asistieron 14 y publicaron 8. La acción no ha sido del todo eficaz, ya que de los medios asistentes han publicado un 60%, que para la repercusión que debería tener una fiesta como ésta, es menos de lo esperado.

5.5. Junio³⁰

En el mes de junio se celebró, el sábado 3 la “Final de La Champions”. Acción a la que se invitó a 2 medios de comunicación, ambos asistieron y publicaron. Por lo que consideramos una acción 100% eficaz.

La noche del 23 de junio tuvo lugar la acción llamada “Hogueras de San Juan”. Se invitaron a 5 medios de comunicación, de los cuales asistieron los 5, pero publicaron solo 3. La acción no ha sido del todo eficaz, ya que no ha llegado a las publicaciones esperadas.

²⁸ Anexo 22: Ficha técnica de evaluación mes de abril

²⁹ Anexo 23: Ficha técnica de evaluación mes de mayo

³⁰ Anexo 24: Ficha técnica de evaluación mes de junio

5.6. Julio³¹

En julio se celebró durante todos los viernes y sábados del mes la acción “Cine de Verano”. Cada día se invitó a 2 medios de comunicación con un total de 18 medios durante toda la acción. De los cuales asistieron 15 y publicaron 13. Podemos considerar eficaz esta acción ya que han sido bastantes los medios que han publicado, más de los esperados.

5.7. Agosto³²

En agosto tuvo lugar todos los domingos del mes el “Brunch del Verano”. Cada domingo se invitaron a 3 medios, con lo que resultó un total de 12 medios de comunicación invitados. Asistieron 7 medios y publicaron 5 de ellos. La acción no ha sido eficaz, esto puede ser debido a que se trata de una acción en pleno mes de agosto, donde los madrileños aprovechan a coger vacaciones para huir del sofocante calor de la capital.

5.8. Septiembre³³

Durante todo el mes de septiembre tuvo lugar, cada domingo el “Burnch Masterchef Junior”. Cada domingo se invita a 2 medios, siendo un total de 8 medios de comunicación. Asisten los 8 medios invitados y publican 7 de ellos. Se puede considerar una acción muy eficaz, ya que asisten todos los medios, lo que no suele ocurrir en muchas ocasiones y publican la mayoría de ellos, ya que se trata de una acción familiar.

5.9. Octubre³⁴

La “Fiesta de Halloween” se celebró el sábado 28 de octubre. Se invitaron a 9 medios de comunicación de los cuales asisten 6, de los cuales publican 4. Por lo que se puede considerar una acción eficaz, aunque se esperaba que publicaran más medios de comunicación.

5.10. Noviembre³⁵

La única acción que se celebró en noviembre es la cena de “Acción de Gracias”. Se invitó a 4 medios de comunicación, asistieron 2 y no publica ninguno. Es la acción

³¹ Anexo 25: Ficha técnica de evaluación mes de julio

³² Anexo 26: Ficha técnica de evaluación mes de agosto

³³ Anexo 27: Ficha técnica de evaluación mes de septiembre

³⁴ Anexo 28: Ficha técnica de evaluación mes de octubre

³⁵ Anexo 29: Ficha técnica de evaluación mes de noviembre

menos eficaz de todas las programadas durante todo el año. En este caso puede deberse a que se trata de una celebración que en España no se tiene tradición de celebrar.

5.11. Diciembre (Campaña de Navidad)³⁶

Durante toda la campaña de Navidad, a las múltiples acciones que tuvieron lugar en el Hotel AG Madrid, se invitaron en total a 24 medios de comunicación. Asistieron 21 de los cuales publicaron 18. Teniendo en cuenta que se trata de la campaña más importante del año, ya que el Hotel AG Madrid celebra todas las cenas y comidas tradicionales en esta época. Se puede considerar muy eficaz la campaña de Navidad ya que publican más de los medios esperados, y aunque no sean todos los asistentes, son una gran mayoría.

³⁶Anexo 30: Ficha técnica de evaluación mes de diciembre (Campaña de Navidad)

CAPÍTULO 6

Conclusiones

Como hemos podido comprobar, la organización de eventos, y en este caso la organización de un plan de relaciones públicas para un hotel de 5 estrellas es tarea compleja. Ya que se deben de tener en cuenta multitud de factores para poder realizar de una manera eficaz un buen plan de relaciones públicas.

En primer lugar, es de gran importancia determinar el timing o calendario de acciones. Pues elegir las fechas adecuadas a cada evento es un factor que puede determinar el éxito del mismo. En este caso, se escogieron las fechas que el Hotel AG Madrid ha podido aprovechar para que los medios de comunicación pudieran asistir. A pesar de haber elegido fechas en las que la prensa dispone de un gran abanico de actos a los que acudir.

Como conclusión general, podemos afirmar que el plan completo de acciones de Relaciones Públicas que se ha realizado ha sido bastante eficaz. Ya que de un total de 144 medios de comunicación invitados, asistieron 117, es decir, un 81% y han publicado 86 medios de comunicación lo que supone un 73,5%.

Teniendo en cuenta la observación de los porcentajes de publicación obtenidos en cada uno de los meses y en su totalidad, podemos confirmar que se cumple la hipótesis redactada al comienzo del presente trabajo. Ya que las acciones que realizan los profesionales de Relaciones Públicas de los hoteles de lujo, influyen y determinan el contenido que aparece en los medios.

En este sentido, se ha evaluado la eficacia de los eventos llevados a cabo mes por mes. Siendo el número de medios de comunicación que publican, el factor que determina la propia eficacia del evento.

En vista de los resultados obtenidos, también podemos afirmar que se cumple el objetivo principal del proyecto, que consistía en analizar la eficacia del 100% de las acciones de RR.PP. en un hotel de 5 estrellas.

También hemos llegado a varias conclusiones específicas, destacando el mes de Julio, con el “Cine de Verano” como uno de los más eficaces, ya que publicaron un 86% de los medios asistentes. Consideramos que a pesar de ser una acción en un mes de verano con calor intenso, la propia acción, ha tenido un alto índice de publicación al ser suficientemente atractiva para el público.

Septiembre, con el “Brunch Masterchef Junior” ha sido el mes más eficaz, consiguiendo un 87,5% de publicaciones de medios asistentes. Esto se puede interpretar como que las acciones dirigidas a los más pequeños de la casa, tienen una considerable aceptación por los padres, además el gran éxito del programa televisivo Masterchef Junior contribuye a ello.

La “Campaña de Navidad” como acciones planificadas en los meses de diciembre y enero, también ha sido una acción eficaz, alcanzando un 85% de publicaciones en medios. Ya que dichas acciones navideñas suelen tener una gran acogida entre el público, haciéndose eco los medios de ello. Por el contrario destacamos el mes de noviembre como el menos eficaz, de hecho ningún medio de los asistentes publicó sobre la “Cena de Acción de Gracias”. Lo que se interpreta como una acción que no genera expectación en el público. Por lo que los medios de comunicación no se hicieron eco sobre el evento.

Finalmente podemos decir que todo el trabajo de investigación que hemos elaborado, nos confirma que las acciones de Relaciones Públicas, están cada día más presentes y son cada vez más valoradas dentro de la planificación estratégica de los hoteles, como en la determinación del contenido de los medios.

CAPÍTULO 7

Bibliografía

- Batlle, P. Sanjuán, J.C. Sunye, J. (2007). "Protocolo y buenas maneras". Libros Cúpula: Scyla Editores.
- Benito, P. (2003). "Guía de estilo, protocolo y etiqueta en la empresa". Madrid: Especial Directivos.
- BOE Real Decreto 2009/83. (1983)
- Campos, G. (2008). "Producción de eventos". Madrid: Ediciones Protocolo.
- Correas, G. (2004). "La empresa y su protocolo". Madrid: Ediciones Protocolo.
- Cuadrado, C. (4ª Edición 2005). "Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios". Fc Editorial.
- Fuente, C. (2006). "Manual práctico para la organización de eventos" . Madrid : Ediciones Protocolo
- Fuente, C. (2004). "Protocolo Oficial". Madrid: Ediciones Protocolo.
- Fuente, C. . (2006). "Técnicas de organización de actos". Madrid: Ediciones Protocolo

ANEXO 1

FICHA DESARROLLO DETALLADO DE CADA ACCIÓN

ANEXO 1: FICHA DE DESARROLLO DETALLADO DE CADA ACCIÓN

FICHA DESARROLLO DETALLADO DE CADA ACCIÓN

NOMBRE DE LA ACCIÓN

Situación:

.....

Objetivos:

.....

Públicos:

.....

Estrategia:

.....

Tácticas:

- *Nota de prensa*

- *Cena /Comida /Brunch*

Día:

Lugar:

Escenografía:

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA

Calendario:

.....

Presupuesto:

.....

ANEXO 2

NOTA DE PRENSA “LA SEMANA DEL AMOR”



Cupido llega al Hotel AG Madrid con la Semana del Amor

¡Aquí está, viene ya, tan feliz, con sus flechas de amor para TI!

Diferentes actividades tendrán lugar la Semana de los enamorados en el Hotel AG Madrid, para que las parejas puedan celebrarlo, desde Madrid con amor.

El martes 14 de febrero, el día de San Valentín, los enamorados podrán disfrutar de una comida en el restaurante del hotel, con menú especial y música en directo.

El viernes 17 de febrero, la celebración continuará con una cena gourmet y una noche mágica en la suite del hotel.

Y el domingo 19 de febrero el Brunch se convertirá en la antigua Verona donde Romeo y Julieta se prometieron amor eterno. Se podrán degustar más de 150 variedades gastronómicas, realizadas por el Chef del hotel.

Precios:

- Comida o cena: 60€ por persona
- Cena y noche Suit: 160€ por persona
- Brunch: 70€ por persona

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 3

NOTA DE PRENSA “FIESTA DE MÁSCARAS”

¡Carnaval carnaval, carnaval, te quiero!

Fiesta de Máscaras en el Hotel AG Madrid

El Carnaval ya está aquí. El próximo sábado 25 se celebrará en el Hotel AG Madrid una cena de gala en el Salón Restaurante (4ª Planta) y posterior Fiesta de Máscaras con DJ en directo.

El Carnaval Veneciano será el tema de esta edición. El salón estará decorado con todo tipo de detalles que le darán al carnaval un toque veneciano. Los comensales podrán ir con los mejores disfraces y las máscaras más coloridas.

El Chef del hotel, ha diseñado un menú enmascarado para la ocasión que no dejará indiferente a ningún paladar.

Precios:

Cena: 80€ por persona IVA incluido

Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 50€

Para más información

www.hotelAGMadrid.com



ANEXO 4

NOTA DE PRENSA “BRUNCH DÍA DEL PADRE”



¡Feliz día, papá!

Celebra el día del Padre en el Brunch del Hotel AG Madrid

El próximo domingo 19 de marzo, padres e hijos disfrutarán de un fabuloso Brunch. Los más pequeños podrán hacer verdaderas obras de arte para regalar a su padre y gracias al fotomatón de El Corte Inglés, podrán inmortalizar un bonito día. Y además, se sortearán 4 entradas para el circuito de Kart&Fun.

Las familias se deleitarán, con la degustación de las más de 150 variedades gastronómicas, desde carnes, pescados, ceviches, un sinfín de ibéricos, sushi, y la más dulce repostería, todo ello preparado por el Chef del hotel y su equipo, para que sea un perfecto día del Padre.

Precios:

Brunch: 65€ por persona (IVA Incluido)

Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 35€

Para más información

www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 5

NOTA DE PRENSA “PRESENTACIÓN MENÚ DE PRIMAVERA”

En el Hotel AG Madrid ¡La Primavera, el paladar altera!

La fresca llega con el nuevo Menú de Primavera

El próximo 21 de marzo, con la llegada del equinoccio de primavera, el Hotel AG Madrid presentará el menú inspirado en la nueva estación. El acto tendrá lugar en el Salón Restaurante del hotel, 4ª planta, a las 13:30 horas.

Un oasis floral, con aromas que evocarán a los invitados la naturaleza en su estado más puro. El Chef del hotel desvelará los secretos de esta aventura culinaria que podrá disfrutarse hasta el próximo 21 de abril.

Precios:

Comida 75€ por persona IVA incluido

Niños: de 0 a 5 años gratis de 6 a 13 años 40€

Para más información

www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 6

NOTA DE PRENSA “BRUNCH DÍA DEL LIBRO”

Un Brunch literario en el Hotel AG Madrid

Érase una vez, un domingo diferente a los demás...

En el céntrico Hotel AG Madrid, se celebrará el domingo 23 de abril ¡La fiesta de los Libros!

Las torrijas de nata de Tita en “Como agua para chocolate” *Los duelos y quebrantos* de “El Quijote” *Los perritos calientes* de Kennedy Toole en “La conjura de los necios” o *El curry* de J. Marías en “Mañana en la batalla piensa en mí” serán algunas de las propuestas gastroliterarias que se podrán degustar en el Salón Brunch.

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

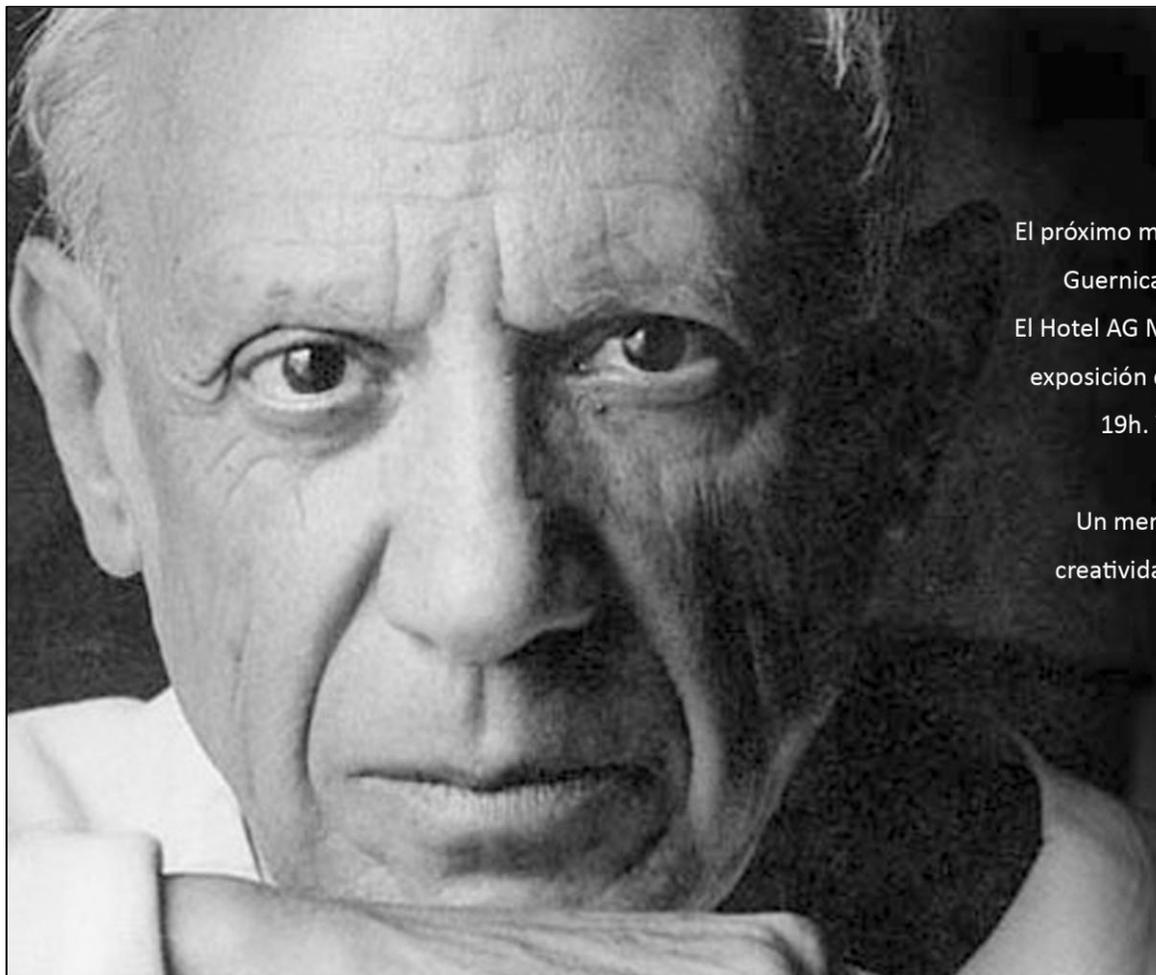
La gran invitada será la escritora Luz Gabás, autora de “Palmeras en la nieve” que firmará su última novela “Como fuego en el hielo” de 12h a 13:30h. Además gracias a La Casa del Libro, se podrán adquirir los mejores bestsellers actuales.

Precios:

Brunch: 60€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 30€

ANEXO 7

NOTA DE PRENSA “80 AÑOS DEL GUERNICA”



80 años del “Guernica”

Gastronomía y arte unidos por Picasso

El próximo martes 26 de abril, se celebran 80 años del bombardeo a la ciudad de Guernica, cuando Pablo Picasso se inspiró para la gran obra del siglo XX. El Hotel AG Madrid rinde homenaje al artista y su obra, con una visita guiada a la exposición del pintor en el Museo Reina Sofía, con dos pases, a las 11h y a las 19h. Y posterior comida o cena en el Salón Restaurante del hotel.

Un menú especial para la ocasión caracterizado por una desgarradora creatividad en los platos, que tratan de emular el carácter de las obras de Picasso.

Precios (incluye visita al museo)
Comida/Cena: 80€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 50€

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 8

NOTA DE PRENSA “BRUNCH DÍA DE LA MADRE”

ANEXO 8: NOTA DE PRENSA “BRUNCH DÍA DE LA MADRE”

¡Porque Madre no hay más que una!

Un Brunch con sorpresas para todos en el Hotel AG Madrid

El próximo domingo 7 de mayo, se celebra el día de la Madre en un Brunch especial para toda la familia.

Los más pequeños disfrutarán haciendo de reposteros para los jueces más exigentes, sus padres. Las madres e hijas podrán maquillarse gracias a un set de Max Factor para estar aún más guapas. Además Viajes El Corte Inglés sorteará un viaje para 4 personas a Port Aventura.

Las familias disfrutarán, mientras se degustan las más de 150 variedades gastronómicas, desde carnes, pescados, ceviches, un sinfín de ibéricos, sushi, y la más dulce repostería, todo ello preparado por el Chef del Hotel y su equipo, para que sea un perfecto día de la madre.

Precios

Brunch: 65€ por persona IVA incluido

Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 30€

Para más información

www.hotelAGMadrid.com



ANEXO 9

NOTA DE PRENSA “¡EL VERANO YA LLEGÓ!”



¡El Verano ya llegó a la Terraza del Hotel AG Madrid!

Las copas de esta fiesta las trae Ginebra Tanqueray

El próximo sábado 27 de mayo, se da la bienvenida al verano, en el Hotel AG Madrid.

A partir de las 18h tendrá lugar la inauguración de la Terraza de Verano, en la zona Chil Out.

Se podrá elegir entre un menú degustación de tapas en la zona de cóctel o una cena en el Restaurante de la terraza del hotel.

Con un menú de lo más veraniego, creado por el Chef del hotel, caracterizado por platos fríos y tapas elaboradas. La fiesta continuará con un DJ en directo a partir de las 23h, y con las copas que Ginebra Tanqueray ofrece para seguir con una noche de lo más festiva.

Precios (IVA incluido)
Cena Zona Restaurante: 75€ por persona
Cena Zona Cóctel: 50€ por persona

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 10

NOTA DE PRENSA “FINAL DE LA CHAMPIONS”



¡La Final de La Champions en el Hotel AG Madrid!

Real Madrid VS Juventus

El próximo domingo 3 de junio tienen lugar la Final de La Champions en Cardiff. Desde el Hotel AG Madrid también se va a poder disfrutar del fútbol en unas pantallas gigantes con muchas sorpresas durante el encuentro.

A partir de las 19h con la previa, en la 4ª planta del Hotel. Para quienes quieran ver el partido en el salón futbolero y quienes quieran cenar mientras ven el encuentro podrán hacerlo en el Salón Restaurante del Hotel.

Durante el descanso se sortearán 2 entradas dobles para un partido de Champions de la próxima temporada, del Real Madrid, en el estadio Santiago Bernabéu.

Y más sorpresas en una noche de emoción.

Precios: 70€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 50€

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

FINAL

CARDIFF · 2017

ANEXO 11

NOTA DE PRENSA “HOGUERAS DE SAN JUAN”

¡Hogueras de San Juan en el Hotel AG Madrid!

Noche de magia y de fuego noche de fiesta y calor

El próximo viernes 23 de junio se celebra en el Hotel AG Madrid, la tradicional noche de San Juan. El Chef del hotel, ha diseñado un menú especial, caracterizado por el ahumado que proporcionan las brasas de la hoguera.

Tras la cena, en la Terraza, el ritual para ahuyentar los malos augurios y dejar paso a los buenos deseos, espera a los comensales.

La magia estará asegurada con una banda de música tocando en directo.

La fiesta continúa con un DJ que amenizará la noche, hasta altas horas de la madrugada.

Precios

Cena: 75€ por persona IVA incluido

Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 55€

Para más información

www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 12

NOTA DE PRENSA “CINE DE VERANO”



¡Cine de Verano en el Hotel AG Madrid!

Noche mágica, palomitas y... ¡Acción!

Todos los viernes y sábados del mes de julio se podrá disfrutar de las noches del Cine de Verano en el Hotel AG Madrid.

Con una cena de película, en la terraza del hotel a las 21:30 horas, con posterior proyección de una película cada día a las 23:00 en una gran pantalla.

Como no podría faltar, habrá un carrito de palomitas recién hechas, bebidas y golosinas, para disfrutar de la película las noches de verano.

Películas:

- | | |
|---|---|
| - Sábado 1 de julio: “La vida de Pi” | - Viernes 21 de julio: “Buscando a Dori” |
| - Viernes 7 de julio: “E.T” | - Sábado 22 de julio: “Grease” |
| - Sábado 8 de julio: “Bienvenidos al norte” | - Viernes 28 de julio: “La vida es bella” |
| - Viernes 14 de julio: “Pulp Fiction” | - Sábado 29 de julio: “Gladiator” |
| - Sábado 15 de julio: “Prety Woman” | |

Precios:
Cena: 55€ por persona
Niños de 0 a 5 años gratis
de 6 a 13 años 35€

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 13

NOTA DE PRENSA “BRUNCH DEL VERANO”

¡El Brunch del Verano en el Hotel AG Madrid!

Una fiesta para el paladar en pleno corazón de la capital

Cada domingo de agosto el Hotel AG Madrid, celebra el Brunch del Verano, para que los madrileños puedan disfrutar de un domingo refrescante en la Terraza del hotel, donde escapar de la incesante rutina y el calor de agosto.

Para la ocasión estival, el Chef del hotel ha diseñado un Brunch especial donde las frutas de temporada son las principales protagonistas, ya sea en zumos o en salsas refrescantes para acompañar las más de 150 variedades gastronómicas tanto nacionales, como de diversos lugares del mundo. Destacando los mariscos y pescados frescos cada día, la gran variedad de carnes, sushi, ahumados, quesos y tablas de ibéricos, que harán de un domingo de agosto un día especial.

Precios:

Brunch: 75€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 55€

Para más información
www.hotelAGMadrid

ANEXO 14

NOTA DE PRENSA
“BRUNCH MASTERCHEF JUNIOR”



Junior MasterChef

¡Brunch Masterchef Junior en el Hotel AG Madrid!

La vuelta al cole con gorro, chaquetilla y delantal

Cada domingo de septiembre va a tener lugar en el Hotel AG Madrid un Brunch dedicado a los más pequeños, donde podrán convertirse por un día en Chefs. De la mano de Samantha Vallejo-Nágera, Jordi Cruz y Pepe Rodríguez Rey que serán los encargados de realizar una clase magistral de 2 horas de duración, donde los más pequeños realizarán un menú completo con su primero, segundo y postre.

Los padres serán después los verdaderos jueces de las creaciones gastronómicas de sus hijos. La inscripción tendrá que hacerse 1 semana antes, y el precio del taller está incluido en el precio del Brunch infantil.

Posteriormente se sorteará entre todos los participantes una plaza para el casting de la siguiente edición de Masterchef Junior.

Precios:

Brunch: 75€ por persona IVA incluido

Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 65€ (taller incluido)

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 15

NOTA DE PRENSA “FIESTA DE HALLOWEEN”

ANEXO 15: NOTA DE PRENSA “FIESTA DE HALLOWEEN”

¡Es Halloween en el Hotel AG Madrid!

¿Truco o trato?

La fiesta de disfraces de Halloween ha llegado al Hotel AG Madrid el próximo sábado 28 de octubre.

La noche empezará con una cena de lo más terrorífica en la 4ª planta del hotel.

Un aterrador menú, con entrantes llegados del más allá, crema de la calabaza más dulce, seguida de carne a la sangre y muchas sorpresas espeluznantes.

La fiesta de disfraces continua con un Dj en directo, y el mejor disfraz conseguirá 4 entradas para el Parque Warner Madrid en Halloween.

Precios:
Cena: 75€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 55€

Para más información
www.hotelAGMadrid.com

ANEXO 16

NOTA DE PRENSA “CENA DE ACCIÓN DE GRACIAS”

¡Cena de Acción de Gracias en el Hotel AG Madrid!

El tradicional Pavo Asado en una noche mágica

El próximo jueves 23 de noviembre tendrá lugar en la 4ª planta del Hotel AG Madrid (Salón Restaurante) a las 21h la tradicional cena de Acción de Gracias. Donde todas las familias podrán reunirse alrededor de la mesa y disfrutar de una acogedora velada, con música en directo.

Para la ocasión el Chef del Hotel ha diseñado un menú de lo más típico en este día, donde el pavo asado será el principal protagonista de la noche.

Precios:

Cena: 75€ por persona IVA incluido
Niños de 0 a 5 años gratis, de 6 a 13 años 55€

Para más información
www.hotelAGMadrid.com



ANEXO 17

“UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL
AG MADRID”

Una Navidad de Cuento en el Hotel AG Madrid

1. *La niña de los fósforos – Hans Christian Andersen.*

Es un cuento escrito por el poeta Danés Hans Christian Andersen. Se inspira en el romanticismo, pero su celebridad la debe a las colecciones de cuentos entre el 1835 y 1872. La pequeña niña de los fósforos es un cuento de Navidad con final triste pero con una pequeña moraleja de compasión sobre aquellas personas que tienen menos suerte en la vida. La pequeña niña tiene que vender cerillas para conseguir algunas monedas para su padre. Una fría Nochevieja no consigue vender ninguna cerilla y por miedo a volver a su casa y ser sometida a las reprimendas de su familia se sienta entre dos casas para resguardarse del frío. Estaba nevando, los copos de nieve caían sobre ella y el frío cada vez nublabla más su sentido. Buscó calor y consuelo en las cerillas, cada vez que prendía un fosforo imaginaba diferentes cosas, una estufa para calentarse, en otra de ellas imagino un pato relleno de ciruelas y manzanas sobre una mesa con mantel blanco y fina porcelana, después un enorme árbol de Navidad con muchos adornos y en la última vino su abuela a recogerla y llevarla al reino de Dios. La niña muere de frío en la calle.

Gastronomía en el cuento: Pato relleno de ciruelas y manzanas, sobre una mesa con un precioso mantel blanco y una fina porcelana.

Ambientación del cuento: Pequeñas casas cubiertas de nieve y un gran árbol de navidad del que cuelgan muchas velas y adornos navideños. Pequeño pueblo.

2. *El Soldadito de Plomo – Hans Christian Andersen.*

Otro de los cuentos de Andersen es el famoso soldadito de plomo. Un niño por su cumpleaños recibe una caja de soldaditos de plomo y uno de ellos tiene una sola pierna. Los muñecos en estos cuentos de Andersen cobran vida y es que el soldado de una pierna se enamora de una bailarina que hay en la sala de juegos. Al verla por primera vez no puede parar de pensar en ella y hace todo lo posible por ir a verla. A media noche todos los juguetes se despiertan para jugar. Entonces el malvado muelle al ver al soldado se pone celoso y lo tira por un desagüe. Al soldado se lo encuentran unos niños

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

y lo ponen en un barco de papel para descender un río, es ese momento cuando un pez se lo come. Parece ser que la historia de amor con la bailarina nunca va a ser posible. Un señor que está en el río con su caña de pescar, consigue pescar al pez que se tragó al soldado. La mujer de la casa va al mercado del pueblo a hacer la compra y se lleva ese pescado a casa, en el momento de cocinarlo sale el soldado por la boca. Como huele a pescado el niño lo tira a la chimenea y la bailarina se va con él para fundirse juntos entre el fuego. Siempre estarán juntos y vivirán en paz.

Gastronomía del cuento: Dentro del cuento dan importancia varias veces a comer pescado en la casa.

Ambientación del cuento: Clase alta del siglo XIX, niños a cargo de la sirvienta, con todos los juguetes que desean y muy bien vestidos. Una buena casa con una buena chimenea y todas las comodidades. La sirvienta se encarga del hogar, y de ir a hacer la compra al mercado, por otro lado cuentan con cocinera y todo el servicio necesario en un hogar. Se puede apreciar también como un señor de clase baja pesca en el río del pueblo para después venderlo en el mercado diario instaurado al aire libre en el centro del pueblo al que van a comprar las sirvientas de las mansiones.

Navidad Danesa:

Comida

La celebración de las comidas navideñas es también algo muy tradicional en Dinamarca y se celebran tanto con familiares como con compañeros de trabajo. En estas comidas se suele preparar un buffet de platos fríos y calientes como por ejemplo arenques, salmón, gambas, albóndigas, asado de cerdo, paté caliente con champiñones y bacon, quesos y dulces navideños. La comida se acompaña con cerveza y “snaps” (aguardiente danés). Cada fábrica de cerveza en Dinamarca produce en Navidad su particular cerveza de Navidad con nombres como “X-mas”, “Cerveza de nieve”, etc.

La cena de Navidad es generalmente servida entre las 6 y las 7 de la noche y el menú consta de cerdo asado con la piel bien dorada, pato relleno, repollo rojo y papas muy pequeñas que después de cocidas son pasadas en una especie de agua con azúcar y mantequilla, y todo esto servido con un buen vino. Tampoco puede faltar el “glögg”,

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

que es un delicioso ponche caliente compuesto de vino tinto, pasa seca, almendra y manzana picada, clavo y canela.

Receta de Pato con manzana y ciruelas pasas

Ingredientes para 4 personas:

1 pato (3 kg)
1 cucharadita de sal
3 manzanas
150 g de ciruelas pasas
¾ litro de agua

Para la salsa:

3 cucharadas soperas de grasa de pato
2 cucharadas soperas de harina
jugo de carne.



Elaboración:

Frotar el pato con la sal. Rellenarlo con rodajas de manzana y ciruelas pasas y cerrarlo con varillas para carne. Poner el pato en una rejilla encima de una bandeja y poner los menudillos y el cuello en la bandeja. Asar el pato durante 2 horas y media o 3 a 160°C, durante los primeros 45 minutos con la parte posterior hacia arriba. Tras 45 minutos, sacar la grasa y añadir el agua. Si el pato no está dorado y crujiente, asar durante 10 minutos más a 225°C. Comprobar que esté bien asado. Dejarlo reposar durante unos 20 minutos en un horno apagado antes de cortarlo.

Verter en una jarra el jugo de carne y quitarle la grasa. Derretir la grasa de pato en una sartén. Incorporar la harina y remover. Incorporar el jugo de carne gradualmente. Hervir la salsa durante unos minutos y salpimentarla.

Servir con patatas, blancas y confitadas, col roja agridulce, pepinos encurtidos grandes o pepinillos, mermelada o mitades de manzana al vapor con gelatina.

Receta de Arroz con leche

Ingredientes para 4 personas:

1 plato de pudín de arroz frío
(3/4 dl de arroz hervido en medio litro de leche)
25-50 g de almendras
1-2 cucharas soperas de azúcar
Azúcar con sabor a vainilla o media vaina de vainilla
Jerez dulce u oporto al gusto
2 dl de nata para montar



Elaboración:

Escaldar las almendras y triturarlas. Añadir las almendras, el azúcar y la vainilla al pudín de arroz. Aromatizar con jerez dulce u oporto, al gusto. Montar la nata e incorporarla en el pudín de arroz. Se añade una almendra entera, y a quien le toque tiene premio. Verter el postre en un tazón.

Servir con mermelada de cereza u otra salsa de frutas

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Los duendes televisivos: Cada cadena de televisión emite para los niños una serie de 24 capítulos sobre los «Nisser» desde el día 1 hasta el 24 de diciembre. Estos duendes viven en los altillos de las casas y se alimentan de arroz con leche. Hacen toda clase de travesuras para impedir que se celebre la Navidad, pero nunca lo consiguen.

Velas de Adviento: corona de abeto y se le ponen cuatro velas y cintas rojas o violetas de seda. Se enciende una de las velas. El siguiente domingo se encienden dos, el tercero tres y el cuarto las cuatro velas.



Vela calendario: una vela marcada con las fechas del 1 al 24 de diciembre. Cada día se enciende hasta gastarse la parte que corresponde a la fecha del día, y así hasta la Nochebuena.

Calendario de Adviento: El día 1 de diciembre es el primer día de las fiestas de Navidad y se empieza a abrir el calendario de Navidad. Todos los niños tienen uno y existe una gran variedad. Algunos son de papel y esconden o un dibujo o un bombón detrás de cada una de sus 24 ventanillas. Otros consisten en 24 regalos pequeños dispuestos de todas las maneras imaginables.

3. *Rumpelstilzkin – Los alemanes hermanos Grimm, Siglo XIX.*

La buena niña que ayudaba en el granero a su padre. Un día este le dijo al Rey que su hija convertía la paja en oro, cosa que era mentira pero su padre no pudo retroceder y siguió adelante con la mentira. La citan en el palacio de los reyes para que haga ese milagro y cuando la encierran en un cuarto comienza a llorar porque no iba a ser capaz, en ese momento aparece un duende que hace posible el milagro tras un soborno. Finalmente en la tercera ocasión que tiene para convertir la paja en oro, ya no tenía nada para ofrecerle al duende, por lo que el duende le dijo: “te convertiré por tercera vez esta paja en oro, pero a cambio cuando te cases con el rey tendrás que darme a tu hijo” La humilde muchacha acepta sin pensar en las horribles consecuencias que eso podía tener. Una vez casados tienen un hijo, y aparece el duende para llevárselo. Hicieron un trato, si los reyes adivinaban el nombre del duende, el niño quedaría en libertad, por ello investigan por todo el pueblo hasta que adivinan el nombre. Finalmente son felices para siempre la familia al completo y el duende desapareció.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Gastronomía del cuento: En este cuento no aparece nada relacionado con la gastronomía. Se podrían hacer nidos de oro.

Ambientación del cuento: Un palacio, candelabros con velas, trajes de reyes. El oro en el que se convierta la paja podemos usarlo para la decoración.

4. *Hansel y Gretel y la casita de chocolate- Los alemanes hermanos Grimm*

En el bosque vivían unos hermanos Hansel el chico y Gretel la niña, con su padre leñador y su madrastra. La familia no tenía comida y la madrastra que era muy mala convenció al padre de que la solución era abandonar a los niños en el bosque y así no morirían los cuatro de hambre, solamente los niños. Al día siguiente fueron abandonados en el bosque. Los niños muertos de miedo encuentran en mitad del bosque una casita de chocolate y de dulces, todo eran caramelos, panes, golosinas... Dentro vivía una anciana que les invita a pasar, pero finalmente era una bruja malvada que cocinaba a los niños. Encierra a Hansel en una jaula para engordarlo mientras Gretel hacía todos los trabajos del hogar. Llega el día en el que se va a comer a Hansel y le dice a la niña que prepare el Horno, ella se hace la tonta y cuando la bruja se asoma para explicarle como funciona, la empuja y la tira dentro. Libera a Hansel cogen todas las perlas y diamantes que tenía la bruja y salen corriendo. Al otro lado del río se encuentran a su padre que estaba desesperado buscándolos y juntos los tres se abrazan. Es un cuento que muestra el espíritu de la supervivencia de unos niños en mitad del bosque y como la familia pase lo que pase debe permanecer unida.

Gastronomía en el cuento: Todos los momentos dulces los puede protagonizar este cuento. Chocolate, tartas de mermelada de fresa, galletas, cortinas de caramelo, un río de limonada, piruletas, puente de chocolate...

Ambientación del cuento: Lugar idílico, gran variedad de colores, diferentes tipos de pajaritos, mariposas de todos los colores, cisnes. Casitas pequeñas en mitad del bosque con pequeñas granjas y huertos.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Navidad Alemana:

Decoración:

La Navidad en Alemania cobra mucha relevancia la decoración de los hogares, con grandes abetos de Navidad que para los alemanes tiene un significado especial lo llaman “El Árbol de la vida” se suele decir que con la emigración de los alemanes en el mundo se extendió esta costumbre por todas partes. Millones de luces amarillas y adornos navideños, la famosa “**Adventskranz**” una corona de adviento hecha con ramitas del abeto navideño, con grandes bolas típicas para adornar el árbol de Navidad, esta corona se coloca como centros en las mesas de los hogares alemanes.

Comida:

Las comidas típicas suelen ser las salchichas blancas, el cochinitillo o cerdo al horno, oca asada a las brasas, ensalada de macarrones, pan de nueces, pasa, frutas secas y el postre típico son los “**Plätzchen**”, pequeñas galletas horneadas. Una gran ocasión donde los padres disfrutan con sus hijos y amigos en estas fechas tan especiales. Las galletas suelen tener forma de estrella, de abeto, o cualquier motivo navideño y son acompañadas por un vino tinto caliente

Receta de galletas Lebkuchen

Ingredientes:

500g miel
250g azúcar
750g de harina
1 cucharadita de clavo molido
1 cucharadita de cardamomo
1 cucharadita de jengibre
1 naranja y 1 limón
200 g de avellana triturada
50 g de limón escarchado
50 g de naranja escrachada
20 g de carbonato potásico
Obleas, Almendras,



Elaboración:

Dar un hervor al azúcar y la miel, mezclar y enfriar. Echar la harina en una fuente y sazonar con el clavo, el cardamomo, la canela y añadir el jengibre, la piel rallada de naranja y el limón, la avellana molida y los trozos de naranja y limón escarchados. Disolver el carbonato en un poco de agua y verte en la harina y seguidamente la solución de miel en la harina. Ligar la masa hasta que se enfríe y extender por una superficie plana de unos cinco centímetros. Cortar en porciones y colocar sobre las obleas, decorar con una almendra, dejar reposar 24h y hornear entre 15 o 20 minutos a 180° Sacarry espolvorear con azúcar glas.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Receta de galletas Plätzchen:

Ingredientes:

250g de harina
210g de mantequilla derretida,
80g de azúcar
30g azúcar avainillado
100g de almendra molida
100g azúcar glas para espolvorear por encima



Elaboración:

Juntar todos los ingredientes (menos el azúcar glas) en un bol y amasar, meter en el frigorífico durante 30 min. Calentar el horno a 157 grados. Elaborar las galletitas con forma de estrella, lo más típico. Hornear durante 20 minutos. Sacar del horno y espolvorear el azúcar glas cuando estén frías. A veces estas galletas también van rellenas de mermelada. Acompañarlo con el vino tinto caliente con especias Glühwein.

Mercadillos

Otra actividad tradicional en Alemania son los “**Christkindlesmarkt**” o mercadillos navideños, donde se pueden realizar compras de adornos navideños y degustar el famoso vino caliente, chocolate espeso, galletitas y más dulces.

Calendario de Adviento

El Calendario de Adviento llamado “**Adventskranz**”, llevan un mensaje de peregrinación que se descubre cada día antes del 24 de diciembre. Estos calendarios son cajitas decoradas de Navidad que llevan una especie de ventana donde aparece cada día del mes, se van abriendo para poder leer esos mensajes, es una de las escenas más importantes de la Navidad alemana.

Para los más pequeños:

El 4 de diciembre se celebra en muchas regiones alemanas y sobre todo en las zonas alpinas de habla alemana Santa Bárbara (**die Heilige Barbara**). Ese día son muchos los que cortan una pequeña ramita de un árbol frutal y la ponen en agua. Si florece la rama para navidades es un buen augurio de que el próximo año va a ser bueno.

El 6 de diciembre comienza el ritual más tradicional para los niños, cuelgan un zapato o una bota sobre la chimenea para que San Nicolás



ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

pase por su casa, si el niño se ha portado bien durante todo el año, recibirá a los pies de la chimenea caramelos en los zapatos, per si se han portado mal tendrán ramas secas. Según la zona de Alemania los niños envían sus cartas a “**Christinkd**”, el ángel del niño Cristo, que se viste de blanco y con una corona dorada se encarga de ir casa por casa dando los regalos a los más pequeños. En otras zonas envían cartas a “**Weihnachtsmann**” (El Hombre de la Navidad) lo más parecido al Papá Noel convencional.

5. El Cascanueces- Ernst Theodor Amadeus Hoffman

Es una obra del siglo XIX publicada en el año 1816 , esta historia comienza en el día de Nochebuena. Dos hermanos descubren impacientes todos los regalos debajo de un árbol de navidad iluminado con cientos de velas y lleno de juguetes y golosinas. A la chica le capta la atención un pequeño cascanueces medio escondido en el árbol, con él vivirá emocionantes aventuras. El sueño de los niños era rodearse de golosinas y vivir en un mundo donde cada figura fuera de dulces, con el cascanueces. Marie hace posible ese sueño adentrándose en un Reino de Caramelos, lugar idílico, bailes, canciones y alegría. Pero finalmente era todo un sueño, cuando la niña despertó estaba en su cama abrazada al cascanueces. Pudo vivir una fantástica aventura en el sueño la noche de Navidad.

Gastronomía del cuento: El bosque recreado con dulces, con un mar de pasta de almendras, casitas de chocolate, ríos de miel, caramelos, pasando por el país de los Bombones, con el Rey del chocolate. Pasando por el bosque de las confituras, donde de los árboles cuelgan manzana, naranja, limones escarchados, torres de macarrones. El pueblo de mermelada, donde las casitas eran de azúcar y las fuentes eran de crema de vainilla. El palacio de mazapán donde pueden comer frutas y golosinas.

Ambientación del cuento: Árbol rodeado de manzanas doradas y plateadas, paquetes envueltos en papel de regalo, juguetes, soldaditos, bailarinas. Bosque idílico con un lago de rosas, cisnes plateados, la Reina de las Nieves. Calles ambientadas y decoradas con guirnaldas, luces de colores y adornos navideños.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Receta de Alajú

Ingredientes:

1 kg de miel

200 gr. de azúcar

Almendra

Pan rallado muy fino

4 gotas de esencia de naranja

Obleas redondas de 20 cm. de diámetro



Elaboración:

Se pone al fuego la miel con el azúcar, se cuece hasta darle el punto de masa consistente. Una vez hecho esto agregamos pan rallado, la almendra y la esencia de naranja, moviéndolo todo hasta conseguir una pasta uniforme, ligada y espesa.

6. Cuento de Navidad – Charles Dickens 1843

Scrooge era un empresario amargado, cascarrabias, avaro y odiaba la Navidad. La víspera de Nochebuena su sobrino le invitó a cenar con la familia en ese día tan especial, pero él rechazó la propuesta. Pasados unos días de la festividad navideña, estando Scrooge en su casa se le aparece un fantasma, su socio fallecido Jacobo Marley, venía con una misión “hacer recapacitar a Scrooge sobre la vida que llevaba”. Le dijo que en las siguientes noches vendrían 3 espíritus a visitarlo.

En la primera noche apareció el **espíritu de las navidades del pasado** le llevó a lugares donde Scrooge estaba solo y muy triste recordando a su hermana a quien quería y echaba de menos. En la segunda noche apareció el **espíritu de las navidades del presente** y le llevó a la casa de su sobrino (plan que él había rechazado) y vio lo felices que era su familia todos juntos disfrutando de la cena de Navidad, jugando y riendo. La tercera noche apareció el **espíritu de las navidades del futuro** y le llevó a las calles del pueblo donde los habitantes hablaban de que alguien se había muerto, el espíritu le lleva a ver el cadáver de ese señor, y era el propio Scrooge quien había muerto.

Todo era un sueño, cuando Scrooge se despierta era el día de la gran cena de Navidad, llama a su sobrino y le manda encargar el pavo más grande para celebrar junto a su familia esa noche tan especial. Scrooge aprendió a valorar a la familia, a ser mejor persona, y más generoso.

Gastronomía del cuento: el pavo relleno que Scrooge manda comprar a su sobrino para cenar en Nochebuena.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Ambientación del cuento: pequeño pueblo, todas las calles nevadas, decoradas con luces de navidad, abetos con adornos navideños, personas comprando regalos, comida. Los niños cantando villancicos por la calle.

Navidad en Reino Unido

Ambientación en las calles

Grandes árboles de Navidad decorados con millones de bombillas de colores, bolas navideñas y todo tipo de adornos navideños. Los mercadillos son muy típicos en Reino Unido, donde la gente compra todo tipo de adornos para las fiestas. Personas cantando villancicos en las plazas más emblemáticas. En casi todas las ciudades está la famosa pista de hielo, donde poder patinar y pasar un buen rato con amigos.

Tarjetas navideñas

Los ingleses tienen como costumbre enviar en la víspera de Navidad a sus amigos y seres queridos una tarjeta navideña, deseando unas felices fiestas y un feliz año nuevo.

Día de Navidad y el Boxeo

En Inglaterra, los días de mucha importancia durante las fiestas navideñas son el 25, día de Navidad y el 26, Boxing Day, o día del Boxeo - el día en que antaño sirvientes y comerciantes celebraban oficialmente la Navidad, recibiendo regalos y obsequios de sus superiores y por la tarde se televisa el mensaje anual de Navidad de la Reina

Comida

Como entrantes no faltan en las cenas navideñas la crema de calabaza. El Pavo relleno es por excelencia el plato estrella de la Navidad británica, acompañado con el pudding de ciruelas con salsa de ron o brandy, y también los “**mince pies**” tartaletas de manzana con frutos secos

Receta de Pavo relleno

Ingredientes:

- Para el pavo:

1 pavo de 6 kg limpio
(hígado, riñones y cuello en una bolsa aparte)
15 lonchas finas de bacon
Tocino, panceta ahumada.
15 hojas de laurel frescas
150gr mantequilla fundida

- Para el relleno:

250gr pan rallado
2 huevos
1 cebolla picada
1 tallo de apio cortado en rodajas
1 manzana pelada y cortada en dados
60gr mantequilla blanda
1 manojo de romero
1 manojo de perejil

- Para el puré de ciruelas pasas:

300gr ciruelas pasa
200ml vino tinto
1 palito de canela
100ml agua
1 trozo de piel de limón



Elaboración:

- Puré de ciruelas pasas:

Se ponen todos los ingredientes en un cazo, se tapa y se cuece a fuego moderado/lento hasta que estén tiernas las ciruelas y el líquido esté reducido. Si es necesario se puede añadir un poco de agua
Se quitan la canela y la piel de limón y se hace un puré con la batidora

- Relleno:

Sofreír la cebolla en un poco de mantequilla hasta que esté blando. Ponerla en la batidora con el perejil, la manzana, el apio y la mitad de las hojas de romero para picarlo todo junto. Añadir las migas de pan, los huevos batidos y la mantequilla (fundirla antes) y mezclar todo en un bol con una cuchara de madera. Reservar (se puede hacer el día antes y guardar en el frigorífico)

- Pavo:

Se engrasa la fuente de asar con manteca o mantequilla y se pone el pavo encima. Con un cuchillo muy afilado se realizan unas cortes en la parte superior del pavo - la pechuga - y también por los muslos. Se unta todo el pavo con el puré de ciruelas pasas. Luego, empezando por la parte trasera del pavo se ponen las rodajas de bacon para que al final esté todo el pavo forrado. Finalmente se pone una hoja de laurel debajo de cada rodaja - de asomarse la mitad de la hoja fuera. Se rellena el hueco del pavo con el relleno de cebolla. Hay que dejar un hueco tanto arriba como en los lados del para que el aire pueda circular. Se funde la mantequilla. Se le echa sal y pimienta y se vierte por todo la parte externa del pavo. Se tapa toda la fuente con papel aluminio y se coloca en el horno frío. Una vez dentro, se enciende el horno y se pone a temperatura 120° durante una hora. Después de la hora se sube a 130° durante 2 horas. Regamos el pavo con los jugos que están en la fuente, volvemos a tapar con papel aluminio subimos el horno a 150° y lo dejamos una hora más. Luego quitamos el papel, regamos el pavo con los jugos de la fuente y ponemos el horno a 160° durante la última hora y media, regando cada 20 minutos. Se saca el pavo del horno y se deja reposar media hora antes de empezar a cortarlo.

- Salsa:

Se ponen a hervir las partes del pavo que tenemos en la bolsa aparte con una cebolla, un puerro, una zanahoria, dos dientes de ajo, sal y pimienta en un litro de agua durante 1 hora y media, tapado a fuego lento. Se cuele. Se pone el caldo en un cazo limpio con medio litro de vino blanco. Se calienta y cuando empiece a hervir, se baja el fuego al mínimo. Al sacar el pavo, se echa el caldo y el vino dentro de la fuente con los jugos, y se remueve. Luego se devuelve al cazo, se pone al fuego moderado y se deja 20 minutos para reducirlo. Se sirve la carne con el relleno, verduras y patatas (asadas o puré de) y la salsa se pone en una salsaera.

ANEXO 17: UNA NAVIDAD DE CUENTO EN EL HOTEL AG MADRID

Receta de Pudding de ciruelas pasas con Brandy

Ingredientes:

200 gr. de margarina
350 gr. de pasas de Corinto
200 gr. de pasas sultanas
200 gr. de pasas
50 gr. mixto de fruta confitada
25 gr. de almendras picadas
175 gr. de harina
2 cucharaditas de mezcla de
clavo de olor, canela, jengibre
1 cucharadita de nuez moscada en polvo
175 gr. de pan rallado
700 gr. de azúcar negra
2 huevos grandes, batidos
Cáscara y jugo de 1 limón
1 cucharada de melaza
4 cucharadas de leche
2 cucharadas de brandy
Molde de budín de 1 litro
Papel parafinado
Acebo para decorar
1 cucharada de brandy para flambear



Elaboración:

Unte un molde de budín con abundante mantequilla y también unte una doble hoja de papel vegetal que servirá más tarde como tapa para el pudín.

En un bol grande mezclar todos los ingredientes con una cuchara de madera durante unos 5 minutos hasta que la mezcla esté suave y viértala en el molde preparado. Emparejar la superficie que debe quedar a 2,5 cm por debajo del borde. Cubrir con la doble hoja de papel de horno (el lado con mantequilla debe apoyarse sobre la mezcla) bien plegado alrededor del borde y atado con una cuerda de cocina.

Poner el budín en una olla y agregar agua caliente de manera que cubra 1/3 del molde. Cubra con una tapa y cocine a fuego lento durante aproximadamente 6 horas, sin olvidarse de añadir siempre agua caliente, que se evaporará poco a poco. Después de este tiempo, retire el budín del agua y deje enfriar. Reemplazar la tapa de papel encerado con otro que se atará igual que el anterior. Mantener el budín en un lugar fresco y bien ventilado.

La mañana de Navidad, calentar el pudín durante unas 2 o 3 horas con el mismo método que utilizó para la primera cocción, recordando de vez en cuando reponer el agua que se evapora.

Cuando esté bien caliente, desmoldarlo sobre un plato de servir, adornarlo con acebo, verter en la parte superior una cucharada de brandy (previamente calentado en una sartén) y flambear en la mesa. Servir acompañado de mantequilla al brandy.

Crackers

Una especie de cilindros envueltos en papel de regalo con dos extremos prominentes de los cuales dos personas deben tirar (suele hacerse con la persona que tienes sentada a tu derecha y con la persona que tienes sentada a tu izquierda en la mesa, cruzando los brazos delante tuyo). Antes de cenar cada comensal tira de un lado, y quien se lleve el lado más grande se queda con el regalo que hay en el interior del cilindro.



ANEXO 18

NOTA DE PRENSA “UNA NAVIDAD DE CUENTO”

ANEXO 18: NOTA DE PRENSA “UNA NAVIDAD DE CUENTO”

Una
NAVIDAD
de cuento

Érase una vez el mágico Hotel AG Madrid

Este año la Navidad viene cargada de historias que te harán volver a tu niñez. Cada Gala nocturna y cada Brunch estarán inspirados en un cuento diferente, donde los protagonistas, esta vez, son los comensales.

Domingo 24:
Gala de Nochebuena
inspirada en
“El Casacanueces y el Rey de los Ratones”

Domingo 31:
Gala de Nochevieja
al puro estilo de “Hansel y Gretel”

Viernes 5:
Gala Noche de Reyes
caracterizada por el cuento de
“Rumpelstiltskin”

Lunes 25:
Brunch de Navidad, inspirado
en “El cuento de Navidad”

Lunes 1:
Brunch Año Nuevo
con el cuento de
“La niña de los fósforos”

Sábado 6:
Brunch Día de Reyes
inspirado en el cuento
“El soldadito de plomo”

ANEXO 19

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN

ANEXO 19: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE.....

NOMBRE DE LA ACCIÓN

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA

TOTAL MES DE

Medios invitados:

Medios asistentes: %

Medios que publican: % de los medios asistentes

ANEXO 20

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE FEBRERO

ANEXO 20: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE FEBRERO

“La Semana del amor”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Belén Alonso x2
mujerhoy	Ana Guerra x2
	Raquel Saez x2
TELVA	Ana Iris Simón x2
	Laura Jiménez x2 (Cena + noche)
marie claire	Susana Blázquez x2 (Cena)
METROPOLI	Beatriz Rodríguez x2 (Cena)
tve	TVE DESAYUNOS: Jesús Márquez x2
EL PAÍS	BLOG MUJERES: Isabel Valdés x2
	Loreto Blanco x3
	Sara Montero x3

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Belén Alonso x2
mujerhoy	Ana Guerra x2
	Raquel Saez x2
TELVA	Ana Iris Simón x2
	Laura Jiménez x2 (Cena + noche)
marie claire	Susana Blázquez x2 (Cena)
METROPOLI	Beatriz Rodríguez x2 (Cena)
tve	TVE DESAYUNOS: Jesús Márquez x2
EL PAÍS	BLOG MUJERES: Isabel Valdés x2
	Loreto Blanco x3

ANEXO 20: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE FEBRERO

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Belén Alonso x2
	Laura Jiménez x2 (Cena + noche)
	Susana Blázquez x2 (Cena)
	Beatriz Rodríguez x2 (Cena)
	TVE DESAYUNOS: Jesús Márquez x2
	BLOG MUJERES: Isabel Valdés x2
	Loreto Blanco x3

“Fiesta de Máscaras”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Almudena González x3
	Daniel Brando x2
	Diego Bagnera x2

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Almudena González x3
	Daniel Brando x2
	Diego Bagnera x2

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x2
	Diego Bagnera x2

ANEXO 20: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE FEBRERO

TOTAL MES DE FEBRERO

Medios invitados: 14

Medios asistentes: 85,7%

Medios que publican: 75% de los medios asistentes

ANEXO 21

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MARZO

ANEXO 21: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MARZO

“Brunch día del Padre”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Javier Girela x3
EL MUNDO	BLOG SAPOS Y PRINCESAS x4
ABC	Laura Peraita x4
GENTLEMAN	Jesús Frami x2

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Javier Girela x3
EL MUNDO	BLOG SAPOS Y PRINCESAS x4
GENTLEMAN	Jesús Frami x2

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Javier Girela x3
EL MUNDO	BLOG SAPOS Y PRINCESAS x4
GENTLEMAN	Jesús Frami x2

ANEXO 21: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MARZO

“Presentación Menú de Primavera”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ribagorda x3
	Gema Veiga x2
	Rodrigo Varona
	Manuel Balanzino
	Enrique del Río x2
LAS PROVINCIAS	Pedri G. Mocholi
	Alicia Hernández
METROPOLI	Raquel Castillo
	Raúl López
FREELANCE	Ana Marcos
	Lola Osuna
	Kiko Pérez

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ribagorda x3
	Gema Veiga x2
	Rodrigo Varona
	Enrique del Río x2
LAS PROVINCIAS	Pedri G. Mocholi
	Alicia Hernández
METROPOLI	Raquel Castillo
	Raúl López
FREELANCE	Ana Marcos
	Kiko Pérez

ANEXO 21: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MARZO

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ribagorda x3
	Gema Veiga x2
	Rodrigo Varona
	Pedri G. Mocholi
	Alicia Hernández
	Raquel Castillo
	Ana Marcos

TOTAL MES DE MARZO

Medios invitados: 15

Medios asistentes: 86,6%

Medios que publican: 77% de los medios asistentes

ANEXO 22

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE ABRIL

ANEXO 22: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE ABRIL

“Brunch Día del Libro”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	Alberto Luchini x3
EL PAÍS	Alejandra Fernández x2
El Confidencial	María Igartua x3
	Lorena Redonda x4

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	Alberto Luchini x3
EL PAÍS	Alejandra Fernández x2
El Confidencial	María Igartua x3
	Lorena Redonda x4

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	Alberto Luchini x3
EL PAÍS	Alejandra Fernández x2
El Confidencial	María Igartua x3
	Lorena Redonda x4

ANEXO 22: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE ABRIL

“80 años Guernica”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x3
	Alejandra Fernández x2
	Alex Vicente x5
	Diego Bagnera x3
	Concha Tosantos
	Elena del Castillo x2

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x3
	Alex Vicente x5
	Diego Bagnera x3
	Concha Tosantos
	Elena del Castillo x2

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Daniel Brando x3
	Alex Vicente x5
	Diego Bagnera x3

TOTAL MES DE ABRIL

Medios invitados: 10

Medios asistentes: 90%

Medios que publican: 77% de los medios asistentes

ANEXO 23

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE MAYO

ANEXO 23: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MAYO

“Brunch día de la Madre”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x4
	Ana Santos x3
	Ana Guerra x4
	Sara Monetero x3

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x4
	Ana Santos x3
	Ana Guerra x4
	Sara Monetero x3

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x4
	Sara Monetero x3

ANEXO 23: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MAYO

“¡El Verano ya llegó!”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ramón Nadal x4
	Ana Fernández x3
	Raúl Álvarez x2
	Ana Santos x3
ABC	Marcos Díaz
EL PAÍS	Cristóbal Ramirez x3
METROPOLI	Laura Dapena x3
ELLE	Álvaro Luengo x2
	Isabel Alonso
marie claire	Isabel Vaquero x2
mujerhoy	Bárbara Pérez
XLSemanal	Diego Bagnera x2
TELVA	Elena Flor x3
	Iraide Almudi
	Eva Escobar x3
GRAN HOTEL	Daniel Ortiz
	Luciana Salvador x2
	Lola Pérez x3

ANEXO 23: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE MAYO

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	José Ramón Nadal x4
	Ana Fernández x3
	Raúl Álvarez x2
EL PAÍS	Cristóbal Ramirez x3
METROPOLI	Laura Dapena x3
ELLE	Álvaro Luengo x2
	Isabel Alonso
mujerhoy	Bárbara Pérez
XI Semanal	Diego Bagnera x2
TELVA	Elena Flor x3
	Eva Escobar x3
GRAN HOTEL	Daniel Ortiz
	Luciana Salvador x2

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Ana Fernández x3
	Raúl Álvarez x2
ELLE	Álvaro Luengo x2
	Isabel Alonso
mujerhoy	Bárbara Pérez
XI Semanal	Diego Bagnera x2
	Eva Escobar x3

TOTAL MES DE MAYO

Medios invitados: 22

Medios asistentes: 80%

Medios que publican: 62,5% de los medios asistentes

ANEXO 24

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE JUNIO

ANEXO 24: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE JUNIO

“Final de La Champions”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Sergio Gómez x3
	Javier Estepa x2

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Sergio Gómez x3
	Javier Estepa x2

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Sergio Gómez x3
	Javier Estepa x2

“Hogueras de San Juan”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x3
	Charo Carrera x4
	Luciana Salvador x2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Alonso x3

ANEXO 24: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE JUNIO

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x3
	Charo Carrera x4
	Luciana Salvador x2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Alonso x3

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Luciana Salvador x2
	Isabel Alonso x3

TOTAL MES DE JUNIO

Medios invitados: 7

Medios asistentes: 100%

Medios que publican: 57% de los medios asistentes

ANEXO 25

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE JULIO

ANEXO 25: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE JULIO

“Cine de Verano”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x2
	Javier Díaz Murillo x2
	Fernando Navarro x2
	Belén Alonso x3
	Carlos Maribona x3
	Charo Carrera x4
	Ana Fernández x3
	Diego Bagnera x 2
	Isabel Alonso x2
	Alberto Abuin x3
	Paloma Arranz x4
	Daniel Ortiz x4
	Martín Caparrós x3
	José Antonio Vega x4
	Alberto Luchini x2
	Luciana Salvador x2
	Carlos Bollero x3
	Chus Salido x3

ANEXO 25: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE JULIO

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x2
METROPOLI	Javier Díaz Murillo x2
	Belén Alonso x3
ABC	Carlos Maribona x3
	Ana Fernández x3
XLSemanal	Diego Bagnera x 2
	Isabel Alonso x2
BLOG DE CINE	Alberto Abuin x3
rne	Paloma Arranz x4
EL CULTURAL	Martín Caparrós x3
marie claire	José Antonio Vega x4
EL MUNDO	Alberto Luchini x2
	Luciana Salvador x2
	Carlos Bollero x3
InStyle	Chus Salido x3

ANEXO 25: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE JULIO

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Conde x2
	Javier Díaz Murillo x2
	Belén Alonso x3
	Carlos Maribona x3
	Ana Fernández x3
	Diego Bagnera x 2
	Isabel Alonso x2
	Alberto Abuin x3
	Martín Caparrós x3
	José Antonio Vega x4
	Alberto Luchini x2
	Luciana Salvador x2
	Carlos Bollero x3

TOTAL MES DE JULIO

Medios invitados: 18

Medios asistentes: 83%

Medios que publican: 86% de los medios asistentes

ANEXO 26

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE AGOSTO

ANEXO 26: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE AGOSTO

“Brunch del Verano”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
CincoDías	Laura Conde x3
mujerhoy	África Silvelo x3
METROPOLI	María Tapia x2
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x3
EL PAÍS	Pedro Zuazua x2
ELLE <i>gourmet</i>	Cristina Altozano x2
XLSemanal	Laura Carrera x2
guía del Socio	José Miguel Suárez x3
YO	Beatriz Almansa x2
DIÉZ MINUTOS	Rosa Ballarín x3
InStyle	Carmen Olalla x4
marie claire	Ana Santos x2

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	María Tapia x2
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x3
ELLE <i>gourmet</i>	Cristina Altozano x2
guía del Socio	José Miguel Suárez x3
YO	Beatriz Almansa x2
DIÉZ MINUTOS	Rosa Ballarín x3
InStyle	Carmen Olalla x4

ANEXO 26: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE AGOSTO

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
METROPOLI	María Tapia x2
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x3
	Cristina Altozano x2
	José Miguel Suárez x3
	Rosa Ballarín x3

TOTAL MES DE AGOSTO

Medios invitados: 12

Medios asistentes: 58%

Medios que publican: 71% de los medios asistentes

ANEXO 27

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE SEPTIEMBRE

ANEXO 27: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE SEPTIEMBRE

“Brunch Masterchef Junior”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x5
	Cristina García x4
	Blog Sapos y Princesas x4
	Lourdes Romero x4
	Ana Fernández x4
	María José Molina x4
	Lola Osuna x4
	Mapi Vidal x3

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x5
	Cristina García x4
	Blog Sapos y Princesas x4
	Lourdes Romero x4
	Ana Fernández x4
	María José Molina x4
	Lola Osuna x4
	Mapi Vidal x3

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Laura Baena x5
	Cristina García x4
	Blog Sapos y Princesas x4
	Lourdes Romero x4
	Ana Fernández x4
	María José Molina x4

ANEXO 27: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE SEPTIEMBRE

TOTAL MES DE SEPTIEMBRE

Medios invitados: 8

Medios asistentes: 100%

Medios que publican: 87,5% de los medios asistentes

ANEXO 28

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN
MES DE OCTUBRE

ANEXO 28: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE OCTUBRE

“Fiesta de Halloween”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
	Lourdes Romero x2
	Ana Santos x4
	Daniel Camiroaga x2
	Pilar Lerena x 2
	Diego Bagnera x3
	Isabel Fernández x2
	Marisa del Bosque x2
	Luciana Salvador x3
	Magdalena Piñero

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
	Lourdes Romero x2
	Ana Santos x4
	Pilar Lerena x 2
	Diego Bagnera x3
	Marisa del Bosque x2
	Luciana Salvador x3

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Lourdes Romero x2
	Pilar Lerena x 2
	Marisa del Bosque x2
	Luciana Salvador x3

TOTAL MES DE OCTUBRE

Medios invitados: 9

Medios asistentes: 66,5%

Medios que publican: 66,5% de los medios asistentes

ANEXO 29

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE NOVIEMBRE

ANEXO 29: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE NOVIEMBRE

“Acción de Gracias”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carmen Ferrero x2
InStyle	María Elvira x2
LAS PROVINCIAS	Pedro G. Mocholi x2
CincoDías	Alfonso Simón x3

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Carmen Ferrero x2
CincoDías	Alfonso Simón x3

Medios de comunicación que publican:

TOTAL MES DE NOVIEMBRE

Medios invitados: 4

Medios asistentes: 50%

Medios que publican: -

ANEXO 30

FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE DICIEMBRE (CAMPAÑA DE NAVIDAD)

ANEXO 30: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE DICIEMBRE
CAMPAÑA DE NAVIDAD

“Campaña de Navidad”

Medios de comunicación invitados:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Agustín Castellote x2
Guía del Socio	Laura Conde x4
YO	Marisa del Bosque x4
marie claire	Pepa Calderón
EL MUNDO	Raúl Pina x5
10 MINUTOS	Rosa González x2
mujerhoy	Isabel Navarro x3
CADENA SER	Daniel Rodríguez x3
¡HOLA!	Beatriz Carmena x2
METROPOLI	Emilia Muñoz x3
ELLE gourmet	Gema Veiga x4
GRUPO EVENTO PLUS	Luciana Salvador x3
CON MUCHA GULA	Alicia Hernández x3
GRAN HOTEL	Concha Tosantos x2
TELVA	Alejandra Fernández x4
tve	Alejandra Abad x3
TELEMADRID	Enrique López x3
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x4
El Confidencial	Gema Excribano x2
elEconomista	Virginia Martínez x3
LAS PROVINCIAS	Francisco Pérez x2
Guía del Socio	Laura Esteban x3
XI Semanal	Juan José Esteban x4
10 minutos.es	Rafael Vidiella x4

ANEXO 30: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE DICIEMBRE
CAMPAÑA DE NAVIDAD

Medios de comunicación asistentes:

MEDIO	PERIODISTA
ABC	Agustín Castellote x2
guía del Socio	Laura Conde x4
YO	Marisa del Bosque x4
marie claire	Pepa Calderón
EL MUNDO	Raúl Pina x5
DIÉZ MINUTOS	Rosa González x2
CADENA SER	Daniel Rodríguez x3
¡HOLA!	Beatriz Carmena x2
METROPOLI	Emilia Muñoz x3
ELLE gourmet	Gema Veiga x4
GRUPO evento PLUS	Luciana Salvador x3
CON MUCHA GULA	Alicia Hernández x3
GRAN HOTEL	Concha Tosantos x2
TELVA	Alejandra Fernández x4
tve	Alejandra Abad x3
TELEMADRID	Enrique López x3
CLUB DE MALASMADRES	Laura Baena x4
El Confidencial	Gema Excribano x2
LAS PROVINCIAS	Francisco Pérez x2
guía del Socio	Laura Esteban x3
XLSemanal	Juan José Esteban x4

ANEXO 30: FICHA TÉCNICA DE EVALUACIÓN MES DE DICIEMBRE
CAMPAÑA DE NAVIDAD

Medios de comunicación que publican:

MEDIO	PERIODISTA
	Agustín Castellote x2
	Laura Conde x4
	Marisa del Bosque x4
	Pepa Calderón
	Raúl Pina x5
	Rosa González x2
	Daniel Rodríguez x3
	Beatriz Carmena x2
	Emilia Muñoz x3
	Gema Veiga x4
	Luciana Salvador x3
	Alicia Hernández x3
	Concha Tosantos x2
	Alejandra Fernández x4
	Alejandra Abad x3
	Enrique López x3
	Laura Baena x4
	Francisco Pérez x2

TOTAL CAMPAÑA DE NAVIDAD

Medios invitados: 24

Medios asistentes: 87,5%

Medios que publican: 85% de los medios asistentes