

 <b>Top Comunicación</b> & RR.PP.  5 Gener, 2021	PAÍS: España  PUBLICACIÓN: Online
--	---

## **Cómo lanzar una campaña solidaria con pocos recursos y grandes resultados**

**LAS MEJORES CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE 2020 / Undatia Comunicación lanzó para Daguisa Hotels una campaña de apoyo a las personas mayores de una residencia.**

### **OBJETIVOS:**

A mediados del mes de marzo pasado, cerca de cuarenta personas mayores de la residencia El Cedre de Andorra la Vella fueron trasladadas al Hotel Golden Tulip Andorra Fénix de Escaldes-Engordany (Andorra), para evitar contagiarse del coronavirus. Desde Undatia Comunicación, propusimos a la dirección de Daguisa Hoteles lanzar la iniciativa solidaria ‘Missatges amb cor’ (‘Mensajes con corazón’), jugando con la palabra ‘Cor’ de coronavirus.

Consistía en promover entre personas de todas las edades que enviaran mensajes de esperanza (cartas, canciones, dibujos, fotos, vídeos...) para animar a los mayores, que no podían recibir visitas y, por tanto, estaban aislados, con lo que esto conlleva: soledad, tristeza, ansiedad...

La iniciativa contó enseguida con la aprobación del CEO de Daguisa Hotels, Jordi Daban, y, también, de los agentes implicados: los responsables del Cedre, que depende del Servicio Andorrano de Atención Sanitaria (SAAS), y la Cruz Roja Andorrana, que coordinaba la labor de los voluntarios que atendían a los ancianos.

### **ESTRATEGIA:**

En un momento, en el que los hoteles habían cesado su actividad, Daguisa Hotels obtuvo una gran repercusión mediática y mucho engagement en sus redes sociales. Se posicionó así como una cadena hotelera socialmente responsable con los mayores y que respondía solidariamente ante una situación de crisis sanitaria.

Además, su experiencia con el SAAS de Andorra le ha permitido adquirir unos estándares muy altos en medidas de seguridad e higiene que hoy puede ofrecer a sus clientes.

### **ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:**

Enviamos una nota de prensa a todos los medios andorranos y a algunos españoles (especializados en turismo, hostelería, tercera edad y RSC), comentando la campaña.

A continuación, establecimos un calendario editorial en las redes sociales de la cadena, con el #missatgesambcor. Se animaba a los seguidores a enviar su 'mensaje con corazón' al e-mail de los responsables de recepción del hotel, que eran los encargados de hacer llegar dichos mensajes, a los voluntarios. Y, por último, enviamos una newsletter especial sólo dedicada a esta acción solidaria.

### **RESULTADOS:**

Gracias a la campaña, recibimos 152 mensajes: 70 cartas de adultos, 31 dibujos de niños y 51 vídeos de familias.

Con las notas de prensa, obtuvimos un clipping por un valor económico de 27.873 de euros, con una audiencia 4.717.139 personas, lo cual es muy elevado para el mercado andorrano, que cuenta con 77.000 habitantes.

En cuanto a las redes sociales, en general, no aumentamos el número seguidores, pero con los hoteles cerrados, tampoco los perdimos.

### **LA OPINIÓN DEL CLIENTE:**

Para Jordi Daban, ha sido la acción de RSC más reconfortante que ha realizado hasta el momento. De hecho, él conocía a varios de los mayores del Cedre que se alojaban en sus instalaciones (no lo supo hasta que dejaron el establecimiento). Así ha podido colaborar con ellos, desde el punto de vista material y, también psicológico, gracias a los mensajes.

### **OTROS DATOS DE INTERÉS:**

Nos dimos cuenta de que esta campaña también fue decisiva para que los familiares de las personas mayores alojadas en el hotel. Con la campaña, pudieron saber que sus padres/abuelos se encontraban bien, ya que subimos distintas fotos suyas –con su previo consentimiento- a las redes sociales.

### **¿QUÉ PUEDEN APRENDER NUESTROS LECTORES?**

Comprendimos que es indiscutible la importancia de realizar campañas de RSC como ésta. La comunicación nos permite conseguir objetivos humanitarios muy

valiosos, sin tener que invertir grandes sumas de dinero, a veces es más importante la creatividad.

## **FICHA TÉCNICA**

Agencia responsable: Undatia Comunicación

Cliente: Daguisa Hotels

Fecha de realización de la campaña: Del 1 de abril al 27 de mayo incluidos

Equipo de la agencia: Rosario Santa María

Contacto del cliente: Jordi Daban, CEO de Daguisa Hotels

## **AGENCIA RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA:**

Undatia Comunicación es la agencia responsable de esta campaña. Para saber más sobre ella, visita su ficha en la Guía de la Comunicación