
8ª REUNIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN

Fecha: miércoles, 03 de febrero de 2021

Hora: 11:00-12:00 h

Reunión vía ZOOM

ORDEN DEL DÍA

- 1.- Bienvenida a los miembros del Grupo (Federico Esteve. Presidente de Honor CME).
- 2.- Resumen de los trabajos realizados en 2020 (José Henríquez. Director de Comunicación TPI).
- 3.- Presentación del Plan de Actuación 2021 (José Henríquez. Director de Comunicación TPI).
- 4.- Ruegos y preguntas

ASISTENTES

Alejandro Espinosa. ABB
Carmen Herrero. ANEN y ALBORS GALIANO PORTALES.
Jose Luís Romero. ANESCO
Sara Ribas Montero. CEPESCA
Maria Isabel Martínez Contreras. CEPESA
Ignacio Rodríguez-Solano Prieto. CEPESA
Juan Luis Sánchez. CLUSTER MARÍTIMO DE CANTABRIA
Juan Carlos Gamundi Fernandez. CN
Felipe Díaz Pintos. COMISMAR
Lorena Ruiz Suarez. FRIZONIA
Cristina Cuervas García. GHENOVA
Pablo Lozano Ordóñez. IEO
Maria Gómez Ballesteros. IEO
Lucía Arranz. IEO
Uxía Tenreiro. IEO
Ana Morillas. IEO BALEARES
Leticia del Río. IME
Itziar Lopez de Armentia. INGETEAM
Enrique Diez de Ulzurrun López. INTA CEHIPAR
Jesús Terrazas. PROMALAGA
Susana Jimenez. RLNE
Tatiana Fernández. RLNE
Raquel Ibares. SIPO21
Javier Arnau. SOMOS NAVALIA
David Díaz Gutierrez. UPM
Alberto Álvarez. WÄRTSILÄ

REPRESENTACIÓN DEL CME

Federico Esteve Jaquotot. Presidente de Honor CME
José Luis Henríquez. Grupo TPI. Coordinador GT
Ruth Latorre Rodríguez. CME
Ruth Parra Cristóbal. CME
Diego Alonso Roger. CME
Maria José López Arias. CME

RESUMEN DE LO TRATADO

Reunidos según convocatoria los miembros del Grupo de Trabajo de Comunicación del CME, se procedió según lo establecido en el orden del día.

Abre la reunión D. Federico Esteve, destacando la importancia de la Comunicación para el CME y la adaptación de las actividades del CME a la situación de pandemia. Pasa la palabra a D. José Luis Henríquez.

El coordinador del GT procede a presentar los resultados en cuanto a ratios de comunicación de la anualidad anterior (2020) así como la estrategia de comunicación 2021, haciendo una presentación, que se adjunta.

A modo introductorio comenta lo excepcional que ha sido 2020 en todos los sentidos y en los aspectos informativos, centrados como no podía ser de otro modo en la pandemia del COVID-19. Aun así, ha habido cierta normalidad, salvo en momentos puntuales, respecto a las métricas del 2019.

Destaca que el Clúster ha tenido una actividad más intensa, ya que se ha volcado con los eventos virtuales que han gozado de gran acogida, incluso informativamente hablando.

También se ha detectado más interés por los socios, que se han mostrado más activos en cuanto a la remisión de notas de prensa o el interés por salir en los boletines y compartir informaciones a través de los *mailings* que manda la secretaría.

Las entrevistas por el contrario no han funcionado con agilidad. Al principio de año despertó gran interés con el envío de los cuestionarios y el *mailing* de la secretaría, pero con el inicio del confinamiento esta actividad se vio ralentizada, habiéndose hecho siete publicaciones relativas a entrevistas en 2020.

Se ofrece a retomar el tema de la grabación de las conferencias, para lo que se pone a disposición de los Socios, los medios del CME y se amina a los asistentes a retomar esta actividad.

En cuanto a la cantidad de noticias publicadas, se contabiliza un incremento importante de noticias, sin embargo, no se ha detectado ningún elemento informativo que motive mayor atención de los medios al sector marítimo en general. En informaciones de asociados, sí ha habido un notable aumento de peticiones de publicación.

Respecto del boletín de noticias, destaca que ya prácticamente toda la prensa nacional, es de pago, lo que bloquea gran cantidad de noticias para este servicio. Se seguirá permitiendo ver el titular y algo de texto, pero los que no tengan suscripción al medio no podrán leer la noticia entera si fuera de su interés.

Respecto de las métricas: en 2018 se cerró el año con 879 suscriptores y en cambio 2019 con 813, motivado por una actualización de la BBDD realizada en noviembre de ese año. Durante 2020 se ha recuperado gran parte de lo perdido y ahora la cifra se encuentra en 869 suscriptores. Las ratios de apertura y de clics son similares al año pasado.

En el boletín de socios, aunque también actualizó la BBDD en noviembre de 2019, consiguió superar a 2018 por un suscriptor, y este año ha seguido creciendo este parámetro hasta los 113.

En cuanto a la página web, sigue mostrando un crecimiento importante. Ya el año pasado creció de forma notable y lo sigue haciendo a un ritmo similar al del período 2018-2019.

En RRSS sociales se sigue creciendo también, a pesar de la actividad neutra del CME, que básicamente lo que busca es potenciar la actividad propia del Clúster, lo que sirve de amplificador de sus publicaciones.

En el caso de Twitter, como es lógico, a más noticias más post y también con ello más impresiones.

Respecto a las interacciones lo normal es un retweet y poco más, porque por la neutralidad que se pide, no se fomentan los comentarios ni se incita a interactuar. El CME tiene una misión puramente divulgativa.

En LinkedIn sí que se han disparado las interacciones, la mayoría son para compartir el post, y como muchos comentarios de felicitaciones o similares. Lo más destacado en esta red es que hemos crecido mucho respecto a 2019, no solo por la propia actividad, sino incluso en reacción a cada post. En principio se considera que está motivado por la efectividad del propio perfil (se recuerda que es el de empresa, y no el "personal" que tenía el Clúster originalmente).

El ponente comenta que ha habido 259 nuevos seguidores y una tasa de interacción del 4,99%, que no está mal si se tiene en cuenta lo comentado anteriormente del enfoque neutral del CME.

Por último, respecto del canal YouTube, novedad respecto a años anteriores, se ha considerado interesante empezar también a dar cuenta de la actividad del canal, ya que se viene promocionando desde hace dos años cuando se empezaron a subir las primeras grabaciones de los eventos, y esto, en el actual contexto tiene más sentido que nunca.

Los datos son muy humildes todavía, pero hay que tener presente que el impacto principal lo tiene el día de la grabación y que son eventos de nicho. Aun con todo, la videoteca va creciendo y se va volviendo más interesante, y el trabajo de Comunicación del CME es difundirla para dar a conocer también sus actividades, el sector y la heterogeneidad del mismo.

Lo más reseñable es la cantidad de vídeos subidos, fruto lógicamente de la gran actividad que tuvo el Clúster en 2020 pese a la pandemia.

En relación a los medios, se ha crecido en notas de prensa. Esto, también ha impulsado el volumen de impactos en términos globales, creciendo bastante respecto al 2019 en todos los parámetros.

Se ha crecido con fuerza en todos los espacios, pero los generalistas (donde se incluyen medios de información general y económicos) han vuelto a ganar peso relativo. Se identifica por tanto un impacto claro en el cumplimiento de los fines del Clúster, donde el fin último es velar por que la sociedad española en general tome conciencia de la importancia del sector marítimo.

Cabe destacar que varias de las intervenciones de los Presidentes del CME, donde hablan de la Economía Azul, donde se aporta información de la Agenda Sectorial Marítima está generando atracción y los medios empiezan a ver como fuente de información.

D. José Luis Henríquez recuerda que algunos medios solicitan al servicio de comunicación del CME información sobre distintos temas, que son, si procede, derivados a los Socios representativos del subsector en concreto.

También, en este caso desde la secretaría, en busca de la contribución del sector marítimo a las iniciativas de financiación o estrategia públicas, está comunicando las propuestas que nos hacen llegar los socios hacia los ministerios o entidades pertinentes.

D. José Luis Henríquez destaca en este punto que la Agenda Sectorial es una magnífica herramienta de trabajo que podemos explotar para conseguir los fines del Clúster. Esta es una buena labor de la secretaría y que desde el punto de vista de la comunicación nos da mucho juego.

Ya de cara a este año, en lo que se refiere a la comunicación interna fundamentalmente se buscará la mejorar la segmentación de noticias y la búsqueda de nuevas fuentes para compensar en la medida de lo posible las restricciones por las fuentes de pago. Se fomentará la participación de los socios en los eventos online mientras el contexto siga haciendo que estos sean la opción más adecuada.

Además, se intentará recuperar el interés despertado a principios del año pasado por las entrevistas. En este sentido cabe recordar que se propuso la posibilidad de que fueran en vídeo, una opción que parece muy interesante y podría dar mejor resultado en la difusión.

En este punto con la ayuda de la secretaría y herramientas como Zoom se podría facilitar esta labor y sortear las actuales restricciones.

Respecto a la comunicación exterior: se centrará el esfuerzo en el objetivo de posicionar al sector marítimo como sector estratégico. El interés que se está consiguiendo despertar sobre la economía azul, más el papel que puede y debe jugar en la recuperación económica y social nos ofrecen una ventana de oportunidad para trabajar en esta línea.

Sin olvidar otros temas de interés y que los socios ya han ido marcando, si bien será la propia actualidad la que nos irá permitiendo trabajarlos para encauzarlos en la agenda de los periodistas.

Un ejemplo se estas iniciativas de los socios es "la igualdad". Se recuerda que se realizó una petición de colaboración para la recolección de datos mediante un cuestionario, que ha obtenido muy poca participación por parte de las empresas en la consulta y se insiste en la necesidad de la colaboración de los Socios.

Termina diciendo que "seguiremos potenciando el canal de YouTube, que puede convertirse en un elemento de imagen muy interesante tanto dentro como fuera del sector; así como

dirigiendo peticiones de información a los socios, que entendemos es parte de nuestra labor cuando buscan referencias informativas de ámbitos concretos”.

Tras finalizar su exposición, se dio paso a las intervenciones de los asistentes.

Pide la palabra D. Alejandro Espinosa de ABB. Pide la posibilidad de recibir las métricas de impacto de las noticias de cada socio. Se le aclara que las métricas que maneja el Cluster son las de las notas de prensa propias y las de los boletines. Excepcionalmente se podría buscar el dato de algún socio, pero no se contempla sistematizar esta actividad como servicio del área de comunicación del CME.

Interviene a continuación Dña. María Gómez del IEO. Propone que el CME contacte con el Secretario General de Investigación y Medioambiente, y con la Directora General de Protección de la costa y del mar, para realizarles entrevistas grabadas.

A este respecto, Dña. Ruth Latorre del CME ofrece proponerles un Encuentro con la Administración, y pide apoyo en las gestiones de contacto con los dos invitados.

También desde el IEO, nos ofrecen su participación en el GT de Igualdad, ámbito en el que son muy activos. Se acepta su participación y se adelanta que el GT en proceso de estructuración, y que se presentará pronto.

La siguiente intervención corrió a cargo de Dña. Lorena Ruiz de Frizonia. Solicita si fuera posible disponer de una BBDD de las RRSS de los socios, con el fin de poder conectarse, así como los contactos de comunicación. La idea tiene buena aceptación, por lo que se acepta el compromiso por parte del CME de recopilar esta información.

Respecto de compartir los contactos del GT, se incide en la prohibición impuesta por la LPOD, de compartir datos sin consentimiento expreso, por lo que se propone distribuir un documento para la autorización expresa. Se recuerda también que esta actuación se llevó a cabo hace dos años sin éxito.

Por último, interviene Leticia del Río del IME, quién agradece a la secretaría el apoyo en las tareas de comunicación.

DOCUMENTACION ANEXA:

Presentación TPI