



PLAN DE DIFUSIÓN E IMPACTO MEDIÁTICO

---

# I Concurso de Cante Flamenco de Tomelloso

Casino de Tomelloso

C/Don Víctor Peñasco, 21  
Tomelloso, Ciudad Real

+34 639892487  
tomellosocasino@gmail.com



**Tomelloso**  
AYUNTAMIENTO





## 1. ORGANIZACIÓN Y CONSEJO ASESOR DE IMAGEN

El concurso de Cante Flamenco de Tomelloso, será el más importante de nuestra región, y se estructurará con un modelo de gestión inspirado en grandes certámenes nacionales como el Festival Internacional del Cante de las Minas. Con el objetivo de garantizar la máxima repercusión mediática y la coordinación institucional, se propone la creación de un Consejo Asesor de Imagen.

Este consejo estará formado por representantes de todas las administraciones públicas implicadas: Ayuntamiento de Tomelloso, Diputación Provincial, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Denominación de Origen y Ministerio de Cultura. Asimismo, podrán incorporarse representantes del sector privado, patrocinadores y medios de comunicación regionales, además de los organizadores que somos el Casino de Tomelloso y la Peña Flamenca de Tomelloso “Los de Montoya y Chacón”.

Las funciones del Consejo Asesor serán: 1) coordinar la comunicación institucional; 2) supervisar la estrategia de difusión; 3) garantizar la imagen protocolaria del evento; 4) asegurar la difusión sincrónica en todos los canales oficiales.

Desde este consejo asesor de imagen se enviarán a los diferentes medios la información más relevante del evento, siempre garantizando la preservación de la unidad identitaria del evento, logotipos de organizadores e instituciones colaboradoras, y patrocinadores.

## 2. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN EN MEDIOS

### 2.1 Televisión y Radio

- Inclusión en los informativos de RTVE, CMM y televisiones locales.
- Posible retransmisión parcial o total de las semifinales y la final.
- Reportajes especiales en radios culturales y emisoras locales, posicionando el concurso como referente cultural de la región.





## 2.2 Prensa Escrita y Digital

- Artículos en periódicos regionales (La Tribuna, Lanza, El Digital CLM).
- Notas de prensa distribuidas a medios nacionales especializados en cultura.
- Cobertura previa, durante y posterior al certamen, con entrevistas a artistas, jurado y autoridades.

## 2.3 Redes Sociales y Plataformas Digitales

- Creación de perfiles oficiales en Facebook, Instagram, X (Twitter), YouTube y TikTok.
- Campaña de expectativa con *teasers* y entrevistas a cantaores participantes.
- Retransmisión en *streaming* de las fases finales.
- Uso de hashtags virales (#FlamencoEnLaMancha, #TomellosoCanta, #Casinoflamenco) para amplificar el alcance.
- Colaboración con *influencers* culturales y músicos vinculados al flamenco.





### 3. IMPACTO ESPERADO (Cifras estimadas basadas en otros concursos)

#### 3.1 Impacto Político e Institucional

Se prevé una visibilidad en medios de entre 200 y 500 millones de personas. En términos de valor publicitario (AVE), se estima un impacto entre 2 y 5 millones de euros. Esto reforzará la imagen de colaboración institucional y apoyo cultural al medio rural.





### 3.2 Impacto Empresarial y Económico



Se espera la participación de entre 5 y 15 empresas patrocinadoras, especialmente del sector vitivinícola, turístico y hostelero.

El concurso podría atraer entre 200 y 1 000 personas por noche a las galas, generando un incremento de ocupación hotelera del 20 % al 50 %.

Esto tendrá un retorno directo en restaurantes, comercios y servicios locales.





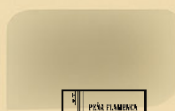
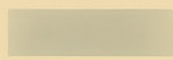
# I CONCURSO DE CANTE FLAMENCO DE TOMELLOSO

FECHA:

LUGAR:

WEB:

PATROCINAN





### 3.3 Impacto Ciudadano y Social

Las retransmisiones y difusión en redes sociales podrían alcanzar entre 50 y 200 millones de usuarios.

La participación directa en el evento (concurstantes, público, voluntariado, autoridades) podría involucrar a entre 1.000 y 3.000 personas en total.

El certamen potenciará el sentimiento cultural y el orgullo identitario, actuando como catalizador intergeneracional y generando base comunitaria para futuras ediciones.



## 4. Datos de referencia: Festival Internacional del Cante de las Minas

Impacto mediático y alcance: En su 63.<sup>a</sup> edición (2024), el festival alcanzó a 3910 millones de usuarios en contacto con noticias sobre el evento (frente a los 1910 millones del año anterior), duplicando prácticamente su registro anterior.



En una etapa previa, a 8 días de comenzar (julio de 2024), ya sumaba 2110 millones de personas en alcance.

Impacto económico (Valor Publicitario Equivalente - AVE):

En 2023, alcanzó los 11,3 millones de euros.



En 2024, esta cifra subió hasta 25,4 millones de euros, una subida del 125 %.  
Cobertura mediática:

- En 2018, generó 6 520 noticias, alcanzando a 875 millones de personas.
- Participación ('concursantes'): En 2025, llegaron a semifinales un total de 12 cantaores, de los cuales 7 competirán directamente por la Lámpara Minera.