

Premios EIKON

CATEGORÍA 2.1

Sustentabilidad General

NOMBRE DEL PROGRAMA

Un Sol para los Chicos

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN

Grupo Clarín ARTEAR (eltrece) a beneficio de UNICEF

ÁREA

Grupo Clarín

PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Área de Programación y Producción de eltrece, Área de Relaciones Institucionales del Grupo Clarín/Fundación Noble y Área de Movilización de Recursos de UNICEF

UN PARA LOS CHICOS

a beneficio de **unicef** 



Twit: @UNICEFArgentina y @eltreceoficial celebraron #UnSol2019.

Gracias al compromiso de todos, se recaudaron \$105.695.146 para ayudar a los chicos!

unicef 

Introducción

El Grupo Clarín, cuya historia se inicia en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana. De origen, capital mayoritario y gerenciamiento nacionales, tiene presencia en medios escritos, radio, televisión e Internet. A lo largo de todos estos años, el Grupo vivió todas las transformaciones del sector de los medios y del país, adaptándose a los cambios, innovando y apostando a las nuevas tecnologías y los nuevos escenarios de la comunicación. La estrategia editorial y empresarial de los medios de Clarín está sustentada en la independencia económica y periodística, el pluralismo, la innovación, la cercanía con la gente y el compromiso con el país.

Orientadas por estos valores, las acciones de responsabilidad social de la compañía siempre han ocupado un lugar central. La apuesta a la mejora de las condiciones sociales, especialmente a través de la educación, de la protección de la infancia y del apoyo a las organizaciones de la sociedad civil; han dado lugar a una serie de programas e iniciativas que se han desarrollado de manera sostenida durante años.

Acerca de UNICEF

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) es un organismo de las Naciones Unidas cuyo mandato apoyar los esfuerzos la Argentina y más de 190 países en todo el mundo para establecer políticas públicas que garanticen el cumplimiento de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes.

UNICEF está presente en Argentina desde 1985, brindando cooperación técnica y asistencia financiera a la sociedad argentina en diferentes áreas vinculadas al bienestar de la infancia y a la adolescencia. UNICEF Argentina trabaja para promover la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes, ayudar a satisfacer sus necesidades más importantes y aumentar las oportunidades que se les ofrecen, a fin de que alcancen el pleno desarrollo de sus capacidades.

En 1994 nació la campaña de recaudación de fondos a total beneficio de UNICEF **Un Sol para los Chicos** en el canal Trece de Grupo Clarín.

En 2004, **Un Sol para los Chicos** comienza a expandirse de distintas maneras: realizando acciones solidarias con empresas, lanzando campañas de difusión off-line y on-line e invitando a la gente a colaborar haciendo su donación y a través de la compra de entradas para presenciar el show musical que comienza a formar parte de la teletón.

Desde 2017, el programa de televisión se realiza íntegramente desde TECNÓPOLIS en donde más de 10.000 espectadores presencian los shows de bandas musicales nacionales e internacionales; interactúan con personalidades de la TV, del deporte y de la cultura; se emocionan con las historias de vida y los proyectos de UNICEF; y festejan cada recaudación.

Durante el teletón se invita al público a ser donante llamando por teléfono y/o donando por la web a través del formulario de donación. Además toda la pauta publicitaria de Un Sol para los Chicos es donada a UNICEF.

UN PARA LOS CHICOS

a beneficio de  unicef

Características generales del programa de TV:

- Se realiza hace 28 años y tiene una duración de 10 horas.
- Se transmite a nivel nacional por eltrece y sus repetidoras.
- Es conducido por las figuras del canal y participan los Embajadores de Buena Voluntad de UNICEF.
- Tiene shows musicales en vivo con artistas nacionales e internacionales.
- Más de 1.000 voluntarios trabajan como telemarketers en Call Centers distribuidos en diferentes provincias. Ellos son quienes atienden las llamadas de las personas que quieren hacer su donación.
- Se transmiten alrededor de 10 proyectos –locales y globales- de UNICEF con el objetivo de rendir cuentas y mostrar el trabajo que realiza con niños y adolescentes en terreno.
- Cuenta con la presencia de más de 100 celebridades que participan durante toda la jornada en juegos, entrevistas, atendiendo los teléfonos, etc.

Objetivos:

- Reforzar la Responsabilidad Social del Grupo Clarín, Fundación Noble y eltrece.
- Entretener solidariamente.
- Recaudar fondos para las iniciativas de UNICEF.
- Sumar nuevos donantes mensualizados.
- Mostrar cuál es el trabajo de UNICEF en el país y en el mundo.
- Rendir cuentas a quienes ya son donantes.
- Difundir entre los televidentes distintas acciones y problemáticas que atiende UNICEF en el país.
- Movilizar y comprometer a la sociedad con los derechos de la niñez.
- Contribuir al posicionamiento y al fortalecimiento de la marca UNICEF.

Ejecución

El programa del año 2019 se llevó a cabo el sábado 10 de agosto y hubo importantes shows musicales en vivo. Estuvieron presente Tini, Piso 21, Axel, Luciano Pereyra, Jesse & Joy, Jimena Barón, Mau y Ricky, Lit Killah, Antonio José, Ruggero Pasquarelli, Lelé, Fernando Dente y Go! Vive a tu manera.

Los conductores elegidos para la transmisión de #UnSol2019 fueron Mariana Fabbiani, Guido Kaczka, Nicolás Vázquez, Iván de Pineda, Andrea Politti, Carina Zampini y «El Pollo» Álvarez. En el back, Gabriela Sobrado, Darian «Rulo» Schijman, Chris Vanadía y Brenda Di Aloy. Todas figuras del canal.

Embajadores de Buena Voluntad de UNICEF como Julián Weich y Natalia Oreiro, entre otras celebridades también participaron en el programa Un Sol para los Chicos. Cada uno de los conductores e invitados especiales conocía muy bien los mensajes clave e incentivaba a los televidentes a llamar y hacer una donación cuando estaban al aire, y a través de sus redes sociales, bajo el hashtag #UnSol2019.

Plan de Comunicación

Lo que hace 28 años nació de la mano de eltrece como una maratón televisiva, hoy se ha convertido en una campaña de comunicación masiva, apoyada por todo el Grupo Clarín, otros medios de comunicación y más de 35 empresas.

Con el objetivo de difundir la campaña para lograr que la gente colabore con UNICEF, ya sea presenciando los shows o realizando su donación, se elaboró un plan para cada etapa:

Etapas 1: Pre Evento:

Un mes antes del evento se comenzó con la ejecución del plan de comunicación con estrategias tanto para medios offline, como online.

Campaña Offline:

Dentro de la campaña offline se publicaron avisos en Clarín, Olé, El País y en revistas tales como Viva, Genios y Jardín. Además se hicieron envíos de comunicados de prensa a todos los medios.

Se realizaron gestiones específicas para alcanzar difusión en la vía pública logrando posicionar el evento de manera gratuita en 16 gigantografías ubicadas tanto en CABA como en el conurbano, en pantallas LED en CABA y a través de la pauta del spot de promoción Un Sol para los Chicos en el circuito cerrado de SubTV (las pantallas que hay en las estaciones de Subte).

A través de la pantalla de eltrece y de sus repetidoras del interior del país y con pauta cedida por Cablevisión, se impulsó la difusión del evento a través del spot de promoción y con menciones en la artística de diferentes programas. Radio Mitre y La100 por su parte, también apoyaron a la difusión pautando el spot promocional y a través de notas y entrevistas con figuras de eltrece y voceros de UNICEF.

Campaña Online:

Con el objetivo de viralizar la campaña Un Sol para los Chicos a beneficio de UNICEF se publicaron banners en Clarin.com y notas con diferentes contenidos tanto en el portal de Clarin.com como de eltrece.com.ar

Algunas notas publicadas en CLARIN.COM:

https://www.clarin.com/sociedad/acerca-sol-chicos_0_2pxRk-gt5D.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Twitter#Echobox=1564516907

https://www.clarin.com/sociedad/sumate-campana-ayudar-mejorar-futuro-ninos-ninas_0_rba-jBFjG.html

https://www.clarin.com/sociedad/derecho-inclusion-chicos-chicas-discapacidad_0_Zsn1gEqtl.html

https://www.clarin.com/sociedad/educacion-emergencias_0_Q9FQG-zHLr.html

Etapa 2: Durante el evento

El mismo día del programa se insertó un Suplemento Especial de Un Sol para los Chicos a beneficio de UNICEF en el diario Clarín con datos sobre la situación de la infancia y la adolescencia en la Argentina.

Las celebridades también fueron protagonistas, acompañando durante el programa: enviando diferentes mensajes, utilizando el hashtag #UnSol2019, invitando a donar. En todos los posteos se incluyó un link al formulario online de donaciones, de manera de alcanzar a través de las redes sociales al público que estaba online. Estas acciones impulsadas a través de las redes sociales fueron muy importantes.

La transmisión también se puede ver en vivo a través eltrecetv.com.ar. De esta manera, el programa pudo verse por la TV y también desde la computadora, un teléfono celular o cualquier otro dispositivo conectado a internet. En ese sentido, para lograr mayor interacción con el público online, se produjeron contenidos para la app interactiva de [eltrecetv](http://eltrecetv.com.ar) desarrollada con el look & feel de Un Sol para los Chicos.

Momento de la Recaudación final:
<https://www.youtube.com/watch?v=tt7FwHlvcQ0>

Etapa 3: Después del evento

Una vez finalizado el programa, y a fin de rendir cuenta de los resultados de la campaña, se subió un aviso a la web oficial www.unsolparaloschicos.com.ar y a www.unicef.org.ar

Por otro lado, se envió el comunicado de prensa a los diferentes medios:
<https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/argentinos-solidaridad-un-sol-para-los-chicos>

Evaluación

La campaña Un sol para los chicos del año 2019 logró recaudar \$105.695.146. Todos los fondos son destinados a las iniciativas de UNICEF que contribuyen a garantizar más y mejor salud, educación y protección a chicos, chicas y adolescentes que viven en la Argentina y a apoyar el trabajo de UNICEF frente a situaciones de emergencia.

De la edición 2019 participaron más de 10.000 espectadores, 1000 voluntarios y 100 celebridades, todos trabajando de manera conjunta en beneficio de los niños y niñas más desprotegidos de nuestro país.

Otro de los logros principales del programa es haberse mantenido al aire durante 26 ediciones de manera ininterrumpida y año tras año incrementa los niveles de recaudación y de participación.

El programa Un Sol para los Chicos recibió un reconocimiento de APTRA durante la entrega de los premios Martín Fierro 2016 por sus 25 años de trayectoria.

Para UNICEF, Un Sol para los Chicos es una oportunidad única no solo para recaudar fondos y hacer que más niñas, niños y adolescentes cuenten con más y mejor salud, educación y protección de sus derechos; sino para poner a los chicos primeros en la agenda del país e incidir en los distintos actores sociales con el fin de alcanzar soluciones consensuadas y definitivas a los problemas que hoy los afectan.