



Premios Eikon 2015

CATEGORÍA

Campaña Web. Diseño de Páginas Web Corporativas

TÍTULO:
AySATV

DIRECCIÓN DE LA PÁGINA:
www.aysatv.com.ar

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA:
Agua y Saneamientos Argentinos S.A.

ÁREA:
Dirección de Relaciones con la Prensa

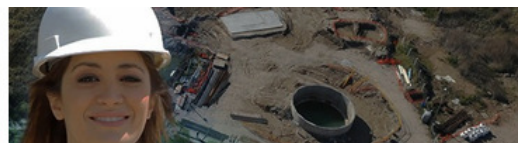
RESPONSABLES DEL PLAN:
Diego Muñiz | Director de Relaciones con la Prensa
Leandro Maiztegui

Introducción

Agua y Saneamientos Argentinos S.A. (AySA) es una empresa creada el 21 de marzo de 2006 por el Gobierno Nacional con la ineludible misión de dar continuidad, mejorar y expandir los servicios esenciales de agua potable y saneamiento para la población de Buenos Aires y 18 municipios del primer cordón del conurbano bonaerense. Para la concreción de estas metas, se requiere de la ejecución de un Plan Estratégico que ya está en marcha, con importantes inversiones destinadas a obras estructurales y domiciliarias que, a fin de 2015, alcanzarán los \$ 25 mil millones.

La empresa, para asegurar la fluidez operativa y resolver rápidamente problemas del servicio, se constituyó como una sociedad anónima, cuyo capital accionario pertenece 90% al Estado Nacional y el 10% restante ha quedado en manos de los empleados a través de un Programa de Participación Accionaria único en su tipo.

De este modo, AySA se convierte en un modelo innovador de gestión estatal que persigue el objetivo de llevar adelante una gestión eficiente prestando servicios de óptima calidad para todos los habitantes de su área de acción.



A-1) ESTADO DE SITUACIÓN

Desde su concepción, AySA se planteó como objetivo participar activamente en el cuidado del ambiente, pero desde 2010 se propuso difundir en los medios masivos de comunicación valores ambientales. Fue así que se propuso promover todas las acciones posibles relacionadas con el uso racional de los recursos naturales y sobretodo con el uso racional del agua. Desde ese año la empresa comenzó a producir contenidos para televisión y radio para difundir los conceptos mencionados y otros que fueron surgiendo. A partir del año 2012 se propuso como meta llegar a las redes sociales y en 2014, a la web. En ese marco se creó "AySATV". El desafío de este proyecto fue traspasar la frontera de lo institucional y llegar al público en general y no sólo al usuario. Con rigurosidad periodística en los datos y análisis pero con un lenguaje televisivo que sea dinámico, de manera tal que los programas sean entretenidos. Además, se planteó como desafío llegar a otros países. No se esperaba una explosión de visitas a la página. Simplemente se trata de transmitir ideas de manera entretenida, de educar en el uso sustentable del agua. Y a largo plazo poder llegar a difundir conceptos para modificar conductas y educar al público en el uso de los recursos naturales y la preservación del ambiente. Además, se propone que se conozcan las acciones que realiza la empresa, ya que es conocido que AySA potabiliza y distribuye agua, pero no tanto que se encarga del saneamiento también. Los tiempos previstos para la puesta en marcha de AYSATV, en un primer momento fue la realización de 12 capítulos en un año, tratando de realizar un programa por mes. Entre ellos había tres programas completamente animados en 2d con fondos reales, para el público infantil.

AySATV es una plataforma web de contenidos audiovisuales en la que se pueden apreciar programas de interés general, informativos y educativos relacionados con el ambiente, la tecnología y las principales noticias nacionales relacionadas con el agua y con AySA. El proyecto implica la utilización de nuevos recursos para la empresa y la implementación de un concepto novedoso en materia institucional al producir programas similares a los de televisión, conducidos por figuras reconocidas y periodistas especializados. Además, el sitio se adapta a las nuevas tecnologías ya que se puede acceder desde dispositivos móviles como smartphones y tablets.

La plataforma digital presenta cuatro canales: Ambiente, Noticias, Tecnología y Aguas Adentro. Los tres primeros, con programación íntegramente producida por AySA, se presentan por capítulos de 3 ó 4 minutos de duración cada uno. La forma de contar los temas se basa en el relato y estética televisiva. Se completa la grilla con la serie documental Aguas Adentro, coproducida por AySA y Canal Encuentro.

A-2) OBJETIVO

Como parte de una nueva política de comunicación implementada por la empresa, AySATV pretende difundir valores en materia de ambiente, sustentabilidad, buen uso del agua y mejoras en el servicio de agua potable y saneamiento. A largo plazo se espera poder colaborar en la concientización de la población para un uso racional de los recursos naturales y para la preservación del ambiente, entre otros conceptos.

A-3) PUBLICOS

Destinado al público en general, tanto de AySA como externo, que cuente con una computadora o dispositivo móvil con acceso a internet. Todos los programas se pueden ver con subtítulos.



A-4) ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Ejes temáticos | Canales

Se definieron tres ejes temáticos: ambiente, tecnología y noticias; para los cuales se produce contenido específico para la plataforma digital. Además, desde la misma, se puede acceder a los capítulos de Aguas Adentro, serie documental coproducida por AySA y Canal Encuentro.

Canal Ambiente: Luis Pavesio repasa los principales conceptos sobre el ambiente y brinda consejos sobre cómo cuidar el planeta. Los temas que se desarrollan están relacionados con la protección del ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales.

Además, resalta el saneamiento como eje de la salud.



Canal Noticias: refiere los eventos periodísticos de relevancia nacional y de interés general relacionados con el agua y el saneamiento, con la presentación de Muriel Balbi.



Canal Tecnología: Carla Conte relata cómo las últimas innovaciones aplicadas en los procesos de la empresa garantizan un servicio de calidad y eficiencia para todos los usuarios.



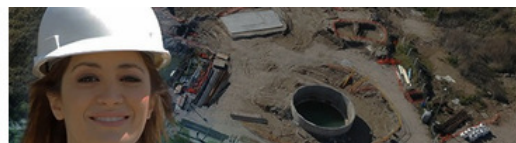
Aguas Adentro: la serie recorre diferentes regiones de Argentina para descubrir la relación del agua con el arte, el ambiente, la sociedad, la ciencia, la historia y la cultura.



A-5) ACTUALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO

La actualización de los programas estaba supeditada a la producción de los mismos. En un primer momento la idea fue renovar los programas a razón de uno por mes y luego se terminaron publicando dos por mes, sin contar los de Aguas Adentro que ya habían sido producidos y se repiten por AySATV.

Cabe aclarar que el comienzo del proyecto se tuvo que reprogramar debido a ciertos ajustes que se realizaron para mejorar la idea inicial. En un primer momento no estaba planteada la inclusión de conductores conocidos y de periodistas especializados, por ejemplo. Además se hicieron varias pruebas piloto tanto de estética de la página de inicio, como de los videos subidos antes de lanzar la página.



A-6) PROMOCIÓN DEL PLAN

El plan de comunicación incluyó gacetillas a medios de comunicación, mailing interno para los empleados de AySA, se realizó un banner informativo, contacto directo con periodistas, comunicaciones mediante el informe de Prensa en AySA S.A., links con la página de AySA, promoción con avisos (pautado digital), posteos en redes sociales y notas periodísticas para radio al vocero de AySA y Director de Prensa, Diego Muñiz. Además se realizó un video de venta del sitio.

B) EVALUACIÓN

AySATV se lanzó a los medios masivos el 22 de octubre de 2014. Entre los primeros días se registraron menciones en Radio Continental (24/10/14), Radio Splendid (24/10/14), FM Millenium (23/10/14), Radio Belgrano (21/10/14), Radio El Mundo (23/10/14). Además fue mencionado por Telam y en portales de internet como El Cronista Web, Diario BAE, Hace instantes, Zona Norte hoy, Diario Cero, Noticias Ambientales, Hábitat Sustentable, Ekonomías, Tres Líneas, Servicio informativo de la construcción, Comuna Cero, Diario Rumbo Sur, Diario Veloz, Gaceta Mercantil, El Comercio Online y en otros 20 portales entre los que se pudieron contabilizar.

Se realizaron entrevistas por el evento al vocero Diego Muñiz en Radio Belgrano (23/10/14), en Radio 10 en el programa “Hola Chiche” (24/10/14) y en Radio El Mundo (26/10/14).

En el contexto actual y teniendo en cuenta que no existen precedentes de programas con contenidos educativos que se hayan viralizado en Internet por más entretenidos que resulten, el resultado del proyecto es positivo. Más aún teniendo en cuenta cómo ha crecido desde su inicio y en lo que va del año 2015. Tanto en Youtube como en Facebook. Consideramos que lo importante es que el sitio tuvo un crecimiento constante y sólido, no explosivo.

Es difícil cuantificar los resultados. No sería pertinente medir los resultados de un programa educativo en base al impacto mediático. Tal vez lo más cercano a un resultado sería comprobar si lo que se publicó en AySATV fue “absorbido” por el público o no. Ese sería la verdadera medición del resultado. No se podría hacer una aseveración en cuanto a resultados si no se hacen encuestas a la gente que vio los programas para saber qué efecto produjo en su comportamiento. Creemos que si por cada programa que se realizó una sola persona cambió su forma de proceder en cuanto a su relación con el agua el resultado ya es suficiente, más teniendo en cuenta que esa persona sin duda traspasará los conceptos aprendidos a otras generaciones. Pero el objetivo se cumplió. El análisis realizado sobre los resultados dejó claro que haber podido realizar producciones televisivas propias y publicarlas en un sitio web también propio es importante. Además, dado que la idea de AYSATV es difundir valores y concientizar a la población, de por sí es una prestación propuesta por AySA que agrega méritos a la misión tradicional de la empresa.

Los objetivos en cuanto a la producción de AYSATV, se cumplieron y hasta se superaron ya que en un primer momento se había planteado realizar un capítulo por mes y finalmente se produjeron dos por mes.

Los beneficios para la empresa, además del prestigio de producir programas de alto nivel periodístico y producir contenidos que pueden llegar a transformarse en un sitio web de consulta en lo que se refiere al ambiente, serían ampliar los canales de comunicación entre AySA y el usuario y llegar al público en general. Para la empresa que se dedica a distribuir agua y al saneamiento eso es un paso importante.

