

PREMIOS EIKON 2013

Categoría 1:

Campaña General de Comunicación Institucional de ONGs

Título del Programa:

“Ponete la Camiseta, los chicos con cáncer nos necesitan en su equipo”

Departamento que desarrolló el Plan:

Fundación Natalí Dafne Flexer

Persona/s responsable/s del plan de comunicación.

Leticia García, Gerente Operativa de la Fundación Natalí Dafne Flexer

INTRODUCCIÓN

Acerca de la Fundación Natalí Dafne Flexer

La Fundación Natalí Dafne Flexer de ayuda a niños con cáncer, fue creada en 1995 por Edith Grynszpancholc en memoria de su hija. Con el apoyo de un grupo de amigos totalmente comprometidos por el afecto y la solidaridad, la Fundación comenzó a desarrollar actividades de contención emocional para niños enfermos de cáncer y sus familias.

Su misión es promover el acceso del niño enfermo de cáncer al tratamiento adecuado en tiempo y forma, brindando una contención integral en las mejores condiciones de soporte y cuidado, más allá de su condición socio-económica y su lugar de residencia. Esta organización sin fines de lucro no ofrece soluciones médicas directas, pero su intervención repercute en la calidad de vida, en el bienestar general de la familia y en la capacidad de los adultos para acompañar a sus hijos.

Una problemática global que preocupa

Cada año se producen 250.000 nuevos casos de cáncer infantil en el mundo. Estadísticas oficiales ofrecidas por IARC (International Agency for Reaserch on Cancer) estiman que el 80% de los niños diagnosticados con cáncer, viven en países en desarrollo. El cáncer infantil es altamente curable cuando se accede al diagnóstico precoz y al tratamiento adecuado. El diagnóstico tardío y la falta de tratamiento apropiado reducen las posibilidades de recuperación. Aún hoy, el 80% de los chicos con cáncer del mundo no tienen acceso a una evaluación preventiva y, por esta causa, 100.000 de ellos mueren innecesariamente cada año. En Argentina, 1200 niños son diagnosticados con cáncer anualmente. Una detección temprana, el acceso a un tratamiento adecuado, un buen estado nutricional y el soporte socio-emocional, permiten que más del 70% de estos niños puedan curarse.

En el 2001, se declara el 15 de febrero como el **Día Internacional del Cáncer Infantil** en Luxemburgo. En 98 países, 151 Organizaciones de Ayuda a Niños con Cáncer, miembros de la Confederación Internacional de Organizaciones de Padres de Niños con Cáncer (ICCCPO), realizan durante todo el mes de febrero, campañas en favor del mejoramiento de las condiciones en sus países. A través de la ICCCPPO, en un trabajo conjunto con la Sociedad Internacional de Oncología Pediátrica (SIOP), padres de todo el mundo se unen en una causa común: ayudar a los niños con cáncer con la finalidad de mejorar su calidad de vida. La Fundación Flexer es la Representante de la ICCCPPO en América Latina y lleva adelante la coordinación y logística de los eventos de las organizaciones miembro en Argentina y en la región. Desde 2011, impulsa la Campaña “Ponete la Camiseta, los chicos con cáncer nos necesitan en su equipo”.

PONETE LA CAMISETA

Desde el 2011, el Programa “Ponete la Camiseta” conmemora todos los 15 de febrero el Día Internacional del Cáncer Infantil, invitando a la comunidad a salir a la calle con una prenda blanca para demostrar su compromiso, apoyo y aliento a los miles de chicos que luchan por ganarle a su enfermedad.

RESTRICTED

Objetivos:




- Sensibilizar y concientizar a la comunidad respecto de la importancia de la problemática del cáncer infantil y de la necesidad de que todos los niños en todas partes del mundo puedan acceder al diagnóstico y tratamiento adecuado.
- Involucrar a la comunidad a través de una acción sencilla y multitudinaria
- Dar relevancia e instalar la temática en la agenda social para paliar el desconocimiento, desmitificar temores y sumar adeptos que apoyen la causa
- Integrar socialmente a los chicos gracias a que el tratamiento permite que asistan a la escuela durante el mismo.

Público

El programa está dirigido a la comunidad en su totalidad, especialmente a todos los actores involucrados en la lucha contra el cáncer infantil.

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

La Campaña 2013 “Ponete la Camiseta” se llevó adelante a través de un conjunto de iniciativas que comprendieron:

-  Acciones de promoción
-  Eventos de concientización
-  Actividades de difusión y comunicación

Acciones de Promoción

Presentación de la Camiseta Oficial 2013

Se diseñó la Camiseta Oficial 2013 en alianza con HSBC Argentina como sponsor exclusivo, quien además se sumó para brindar mayor visibilidad y alcance a la campaña. En esta iniciativa, la solidaridad de la comunidad y la responsabilidad social empresarial se unieron con un fin común, logran potenciar su compromiso, generando un gran impacto en la vida de aquellos que más lo necesitan. Las 2000 camisetas confeccionadas, se entregaron durante el mes de febrero a todas las personas que donaron \$50 o más a la Fundación como una forma de agradecimiento.

Mailing masivo

Se envió un mailing promocionando el DIA 2013, a más de 40.000 personas. Al clicar sobre el HTML se redireccionaba a la página de la fundación (www.fundacionflexer.org) donde se podía encontrar información sobre la campaña del DIA 2013 y sobre las formas de participación para ayudar. Esta pieza de comunicación también fue facilitada a HSBC y otras empresas aliadas para ser difundida entre empleados, proveedores y clientes.

RESTRICTED

Campaña de concientización en las Redes

Se desarrolló un juego virtual, llamado “Ponete la Camiseta - Memotest”, invitando a la comunidad a participar en la búsqueda de las Camisetas Oficiales bajo el concepto de que lo lúdico brinda una forma de superar barreras relacionadas con el miedo a la enfermedad, y llegar así a más gente.

Eventos de Concientización

Buenos Aires: Jornada en Alto Palermo

El 15 de febrero se llevó adelante una campaña de concientización en el Shopping Alto Palermo con presencia de más de 90 voluntarios de la fundación, incluyendo entre ellos a voluntarios de HSBC Argentina. Los asistentes fueron invitados a dejar en un mural un mensaje de apoyo a los niños con cáncer y sacarse una foto con la camiseta oficial. El evento contó con la participación de figuras del espectáculo y deportistas. Como parte de la acción, se distribuyeron diversas piezas de comunicación (stickers y banners) en los locales del centro comercial y en la vía pública durante la primera quincena de Febrero.

Corrientes: Jornada en Centenario Shopping

Se montó un stand en el Shopping Centenario donde los voluntarios y el staff de la Fundación recibió a todas las personas que visitaron el lugar para sacarse una foto con la prenda blanca y la camiseta oficial- Edición 2013. Allí enviaban una invitación virtual a sus amigos y dejaban un mensaje de apoyo a los chicos. En dicha ocasión, un benefactor de la fundación se “puso la camiseta” y realizó una donación de \$ 1 por cada persona que se acercó al stand.

Tucumán: Jornada en Plaza Independencia y Shopping Solar del Cerro

La convocatoria en Tucumán consistió en una colecta de sangre y en la apertura de un registro de donantes de médula ósea en la Plaza Independencia. También se realizó una “suelta de burbujas” al ritmo de tambores y se sacaron fotos a todos los que se acercaron con su prenda blanca. Por la noche se cerró la jornada con un show musical y espectáculos (cuenta cuentos, malabaristas, títeres, danzas africanas) en el Shopping “Solar del Cerro”.

Evento en el Zoológico

Como se viene desarrollando desde hace 11 años, se organizó junto al ZOO de Buenos Aires un evento de recreación para los niños en tratamiento y niños curados, junto con sus familias. Durante el paseo, voluntarios corporativos de HSBC Argentina, recibieron a los niños y les entregaron mochilas con la vianda para el día y útiles escolares. Se ofrecieron distintos espectáculos circenses y musicales de la mano del Grupo teatral “Galera Encantada”. Además, se montó una exposición de camisetas, pintadas y decoradas por los mismos niños en tratamiento.

Actividades de difusión y comunicación

Piezas de Comunicación

- ✚ *Flyers*: Se produjeron tres flyers para la convocatoria (uno por cada ciudad) y luego otro para agradecer a todas las personas que participaron de la campaña.
- ✚ *Newsletter*: Se editó un newsletter especial por el Día Internacional del Cáncer Infantil en el que se incluyeron los resultados de las acciones de la campaña, más información sobre la temática, imágenes, etc. (<http://burl.co/2101AFC>)
- ✚ *Videos Testimoniales*: Se editaron tres videos utilizando a personalidades famosas que brindaron su apoyo a la campaña: Martiniano Molina, Facundo Arana y Axel.
 - <http://www.youtube.com/watch?v=zL85PfxqPqI&list=UU5onPDeA9LWs4i1gZL18kHg&index=15>
 - <http://www.youtube.com/watch?v=MpL23XD5RY&list=UU5onPDeA9LWs4i1gZL18kHg>
 - <http://www.youtube.com/watch?v=Ht7P1vfJwio&list=UU5onPDeA9LWs4i1gZL18kHg&index=14>

Acciones de Prensa:

La fundación envió una gacetilla de prensa para difusión en medios de comunicación. HSBC Argentina, como sponsor exclusivo de la Camiseta Oficial 2013, amplió la difusión de la información, enviando la información a sus contactos de prensa.

Redes Sociales:

Las actividades se completaron con una intensa actividad en las redes sociales a través de las cuales se multiplicó la convocatoria para apoyar esta acción y donde quienes no pudieron participar subieron su foto luciendo una prenda blanca, como símbolo de apoyo virtual a la campaña. Esta iniciativa tuvo una muy buena aceptación y también voluntarios y ejecutivos de HSBC Argentina y otras empresas subieron sus fotos.

Twitter: @FNFLEXER

Facebook: <http://www.facebook.com/fundacion.natali.dafne.flexer>

You Tube: <http://www.youtube.com/user/fundacionflexer1>

RESULTADOS

Impacto de la Campaña “Ponete la Camiseta 2013” en la Ciudad de Buenos Aires:

- 2500 mensajes recibidos en Alto Palermo. Un 38% más que en 2012
- 546 Fotos sacadas en el Stand “Ponete la Camiseta”, en Alto Palermo
- 1000 Remeras Oficiales distribuidas a lo largo del país

- 300 fotos recibidas al email ponetelacamiseta@fundacionflexer.org de personas con la camiseta oficial o una prenda blanca puesta.
- 48 famosos se pusieron la camiseta
- 400 familias asistieron al Día en el ZOO de Buenos Aires
- 3500 personas disfrutaron del Día del ZOO
- 100 voluntarios hicieron posible un Día de diversión en el ZOO
- 80 voluntarios colaboraron en el stand de Alto Palermo
- 13 radios nacionales cubrieron el evento en Buenos Aires
- 2 diarios nacionales y 2 canales de TV cubrieron la visita al ZOO de Buenos Aires

Resultados en Redes Sociales y sitio web del 1º al 25 de febrero:

- 1727 veces se twitteó #ponetelacamiseta, sólo el 15 de febrero
- 1800 seguidores nuevos en la fanpage de Facebook . Sólo el 15 de febrero se lograron 602 nuevos "me gusta".
- 17.936 visitas al sitio web (12% más que el mismo período del 2012).
- El 15 de febrero hubo más de 3600 visitas
- 869 personas jugaron al Juego Virtual Memotest:
https://www.facebook.com/fundacion.natali.dafne.flexer/app_127229150784810
- 15560 visitaron durante febrero el sitio web www.fundacionflexer.org.
- El día 15 de febrero se recibieron 3640 visitas, un 10% más que en 2012.

Impacto de la Campaña “Ponete la Camiseta 2013” en la Ciudad de Corrientes:

- 800 mensajes recibidos de apoyo a los chicos
- 410 Fotos sacadas en el Stand “Ponete la Camiseta”, en Centenario Shopping de Corrientes
- 90 Remeras Oficiales distribuidas
- 30 fotos recibidas por email de personas con la camiseta puesta.
- 20 famosos se pusieron la camiseta

Impacto de la Campaña “Ponete la Camiseta 2013” en la Ciudad de Tucumán:

- 90 dadores de sangre y personas registradas como donantes de medula
- 900 personas asistieron vistiendo prendas blancas
- Se recibió la visita del Ministro de Salud de la provincia y autoridades en la plaza
- 1813 veces se compartieron las promociones en las redes sociales
- 525 nuevos seguidores nuevos en la fanpage de Facebook.

Todos los eventos de concientización tuvieron una amplia cobertura de medios televisivos, gráficos y radiales.