

SURA ASSET MANAGEMENT CHILE - FUNDACIÓN TEATRO A MIL
Premios Eikon
2022

CATEGORÍA

2.5 Sustentabilidad cultural

CASO

Programa Al Teatro

COMPAÑÍA

SURA Asset Management Chile

DEPARTAMENTO

Comunicaciones Corporativas y Sostenibilidad

PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN
DE COMUNICACIÓN

Macarena Larraín, Directora de Comunicaciones Corporativas y Sostenibilidad
SURA Asset Management Chile

INTRODUCCIÓN

SURA Asset Management es una compañía latinoamericana especializada en la industria de pensiones, ahorro e inversión. Administra activos pertenecientes a más de 19 millones de personas en seis países de la región. Es filial de Grupo SURA.

En Chile está presente desde 2011, aunque su historia se remonta a 1981, con el surgimiento del sistema de pensiones de ahorro individual en América Latina, cuando se fundaron las primeras AFP en Chile, entre ellas la actual AFP Capital.

A través de sus operaciones hoy presenta una amplia oferta de productos y servicios financieros, como la administración de activos, pensiones, ahorro e inversión. Su propósito es acompañar a las personas y organizaciones a alcanzar sus sueños y metas.

Por su parte, Fundación Teatro a Mil es una institución sin fines de lucro que se constituyó en 2004 para contribuir a la descentralización geográfica, social y económica del acceso a la cultura de amplios sectores de la sociedad a través de proyectos de excelencia artística, programas de formación y oportunidades de circulación de artistas a nivel nacional e internacional.

Su misión es que el arte contemporáneo y las artes escénicas de excelencia de Chile y el mundo sean fundamentales en la vida del país y de sus ciudadanos.

Uno de los grandes desafíos que enfrentamos en la actualidad es el acelerado envejecimiento de la población. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), para el año 2050 alrededor del 20% de la población en Chile tendrá sobre 65 años, lo que posiciona la vejez como un tema importante de abordar desde el sector público y privado.

Conscientes de lo anterior, como equipo de comunicaciones decidimos formar una alianza con Fundación Teatro a Mil y crear el programa “Al Teatro”, para entregar una alternativa entretenida y distinta a las personas mayores, de manera que pudiesen acercarse a las artes escénicas mediante actividades gratuitas que fomentaran su bienestar y abrieran un espacio de encuentro entre ellos.

Esta alianza comenzó en 2018 y con el paso de los años ha ido consolidándose, gracias a un importante trabajo realizado por ambos equipos, quienes han ido levantando oportunidades de mejora después de cada versión realizada. Un claro ejemplo de esto es el patrocinio obtenido por el Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA), la colaboración de distintas instituciones y municipios, y por supuesto, el crecimiento que ha experimentado el programa, el cual se ve reflejado no sólo en el número de personas que participan año a año, sino que también en su ubicación geográfica, ya que cada vez abarcamos más regiones y países.

Más conectados producto de la pandemia

La pandemia del Covid-19 generó una crisis económica y social, que obligó a las personas y organizaciones a reinventarse, adaptarse y buscar nuevas maneras de hacer las cosas para

poder cumplir con sus objetivos. En este contexto, con Al Teatro vimos la oportunidad de migrar a las plataformas digitales, lo que nos permitió tener un mayor alcance para acompañar a más personas mayores, uno de los grupos más afectados producto de las cuarentenas y quienes más tuvieron que extremar las medidas de cuidado y confinamiento.

El 2021 decidimos continuar con la misma lógica, pero orientada a abrir espacios de encuentro, entretención, contención y apoyo a través de las herramientas socioemocionales que entrega el teatro. En 2020 los equipos ya habían comprobado cómo en tiempos de incertidumbre se vuelve fundamental generar compañía, fortalecer lazos y velar por el bienestar mental, físico y social de las personas mayores.

De esta manera, junto a Fundación Teatro a Mil planificamos para 2021 un programa dividido en tres niveles que buscaba generar experiencias gratificantes y significativas para los mayores de todo el país.

Al Teatro 2021

Entre septiembre y octubre de 2021 se desarrolló un programa dirigido a las personas mayores de todo nuestro país e incluso otros países que contemplaba:

1. **A nivel personal:** Diez talleres para generar comunidad y activar la mente y cuerpo de los participantes. Además, llamados telefónicos donde destacadas actrices leían la poesía “Poetas de Emergencia”.
2. **A nivel territorial:** Dos radioteatros para recuperar la tradición de la radioescucha y hacer volar la imaginación a través de un relato auditivo.
3. **A nivel colectivo:** La presentación de dos obras por zoom y un conversatorio con artistas donde las personas intercambiaban opiniones y puntos de vista.

PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA – ESTRATEGIA

Objetivo general

Acompañar a las personas mayores y acercarlas al arte para así aportar al envejecimiento activo a través del visionado de obras, la escucha de radioteatros y la práctica de talleres de múltiples disciplinas. Esto además de brindar un espacio en el que las personas de la tercera edad puedan compartir experiencias y opiniones.

Objetivos específicos

- Generar instancias de diálogo y encuentro entre las personas mayores con el fin de que puedan compartir experiencias e intercambiar opiniones de temas de interés.
- Promover una mirada “renovada” del envejecimiento activo y poner este tema en la agenda pública para que sean cada vez más las instituciones públicas y privadas que impulsan actividades en pro de su bienestar.

¿Por qué desarrollar un programa de este tipo? No sólo porque en SURA creemos que es necesario entregar herramientas a las personas mayores para que puedan mantenerse activas, sino que también porque somos uno de los tres países de Latinoamérica con mayor población sobre los 75 años. Hoy el 11,9% de la población está en el rango de personas mayores y es justamente este grupo el que se vio mayormente afectado por la pandemia del Covid-19, volviendo urgente desarrollar proyectos que los mantuvieran activos y motivados.

Inclusión de las personas mayores. La inclusión de las personas mayores al mercado laboral y fomentar una vida activa física y psicológicamente han sido pilares de nuestro trabajo, entendiendo que hoy nos enfrentamos a un acelerado envejecimiento de la población al que todos debemos aportar desde los distintos sectores de la sociedad.

Nuevos conocimientos y herramientas. Aprender cosas nuevas, dialogar con otros, intercambiar miradas y puntos de vista favorecen su autoestima, su capacidad de comunicarse con los demás fluye, y por ende, su forma de desenvolverse.

DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

Realizamos una serie de actividades artísticas y culturales para conectarnos con los mayores y mantenerlos activos física y mentalmente.

Los participantes se conectaron a través de Zoom, lo que permitió tener un mayor alcance que en ocasiones anteriores, donde las actividades se realizaban de manera presencial.

1. Realización de **10 talleres** online que iban desde introducciones al radioteatro hasta la escritura biográfica, además de una capacitación clave para el entendimiento de herramientas y plataformas digitales.
 - Método Karpay por Paula Zúñiga
 - Oratoria por Héctor Noguera
 - Escuchándonos por Ximena Rivas
 - Salud y movimiento por Rodrigo Chaverini
 - Danza años dorados por Álvaro Facuse
 - Conversando de la vida por Flavia Radrigán
 - Escritura biográfica por Ronald Helm
 - Contar historias a través del diálogo por Carla Zúñiga
 - Radioteatro epistolar por Gonzalo Muñoz
 - Radioteatro, un pasaje a la memoria por Mariana Muñoz
2. **Llamado telefónico a distintos públicos** para exponer “Poetas de Emergencia”. Destacadas actrices como Claudia di Girolamo, Paulina Urrutia, Carmen Barros y Gloria Münchmeyer, leyeron poesía a personas vía llamados telefónicos.
3. **Realización de dos obras de teatro digitales y presencial** en seis comunas:

- Hola Papá, dirigida por Héctor Noguera y es parte de una trilogía en torno a una familia del mismo nombre: 25 de septiembre 2021
 - Niebla, dirigida por Soledad Gaspar y protagonizada por Gabriela Hernández y Gloria Munchemeyer: 23 de octubre 2021
4. Realización de **dos conversatorios liderados por la actriz Paulina Urrutia**, post funciones.
 5. A través del radioteatro, la invitación es a recordar los años dorados de los mayores mediante dos títulos que fueron emitidos para todo el país.
 - Borrachos de luna de Mariana Muñoz
 - Casimiro de Elisa Zulueta

CAMPAÑA COMUNICACIONAL

Para este proyecto desplegamos una campaña comunicacional 360° y de relacionamiento, que consideró:

- **Establecer alianzas** con distintas instituciones que dedican su funcionamiento de manera permanente a la visibilidad y mejoramiento de la vida de personas mayores, para así llegar de manera directa y cercana a este grupo. Fueron 10 las instituciones que trabajaron colaborativamente en el programa, siendo algunas de ellas la Fundación Conecta Mayor, Fundación Las Rosas, Fundación Adultos Mayores de Chile y el Programa Adulto Mayor UC, entre otras.
- **Gestionar y dar cuenta ante más de 40 municipios de las 16 regiones** del país el programa, con el fin de difundir las actividades en sus respectivos territorios y organizaciones.
- **Presentar el programa en la Comisión de Personas Mayores y Discapacidad Cultural de la Cámara de Diputados**, donde participa la Asociación de Municipalidades de Chile y la Asociación Chilena de Municipios, quienes fueron parte de la difusión con los municipios del país.
- **Firmar una alianza de media partner con Radio Biobío**, quien se encargó de la difusión radial y transmitió los dos radioteatros del programa, permitiéndonos tener un impacto nacional mayor al de años anteriores. También se transmitieron por radios comunitarias a lo largo del país.
- **Contar con un repositorio del programa y sus respectivas actividades en la página web** de Al Teatro. Link: <https://www.fundacionteatroamil.cl/alteatro/>
- **Generar contenido digital** para compartir a través de distintas plataformas.
- **Enviar comunicado de prensa** a medios digitales, escritos, de TV y radio. En total logramos publicar 49 notas: 6 en diarios, 33 en sitios web, 6 en radio y 4 en TV.
- **Enviar seis mailing** a asociados, partners y organizaciones con quienes mantenemos alianzas. A continuación, mostramos el detalle de cada uno de ellos:

Asunto	Total usuarios	Total aperturas	Total click
Información general de Al Teatro	5.711	2,337	354
Refuerzo de llamado con destacados actores chilenos	5.568	3.343	419
Difusión radioteatros	5.711	2.204	252
Estreno obra "Hola papá, ¡Sorpresa!	97.509	16.222	1.074
Refuerzo radioteatros	100.316	16.416	1.571
Cierre del programa	100.314	14.876	1.460

- **Comunicación interna** para dar a conocer el programa a los colaboradores e invitarlos a participar. Entre las acciones internas que desplegamos destaca un pop-up en la intranet, notas en la intranet, notas en newsletter quincenal, contenido en pantallas internas del edificio corporativo y sucursales, y difusión de un video de la actriz Gabriela Hernandez saludándolos.
- **Punto de prensa** en la Casa del Adulto Mayor (Santiago) para dar inicio al programa. Participó Carmen Romero, directora general de Fundación Teatro a Mil; Francisco Murillo, CEO Asset Management Chile; Irací Hassler, alcaldesa de Santiago; y las actrices Gabriela Hernández y Paulina Urrutia, además de 73 adultos mayores que fueron invitados. Luego del punto de prensa se dio comienzo a la versión 2021 del programa con la presentación musical de Inti González y El Esplín.
- **Aparición en boletines informativos de Diario Sustentable.** Fueron dos temas los que se gestionaron; una nota general informativa y una entrevista a Carmen Romero.

RESULTADOS

Asistencia personas mayores

Participaron 22.168 personas mayores de las 16 regiones del país.

Resultados por actividad:

1. Realización de **10 talleres**:
 - 250 participantes en el total de los talleres.
2. **Llamado telefónico con "Poetas de Emergencia"**: Se realizaron 16 llamadas por día, teniendo un alcance total de 144 personas.
3. Realización de **dos obras de teatro** por medio de un formato digital y presencial en seis comunas:
 - Hola Papá: 4.396 personas vieron la obra de teatro. De ellas, 4.032 la vieron de manera online y 410 en la instancia presencial que se desarrollaron en cuatro comunas del país: Arica, El Quisco, Ñuñoa y Temuco.

- Niebla: 4.629 personas vieron la obra. De ellas, 3.879 la vieron de manera online y 790 en instancias presenciales que se desarrollaron en seis comunas del país: Arica, El Quisco, Ñuñoa, Talca, Los Ángeles y Temuco).
4. Realización de **dos conversatorios liderados por la actriz Paulina Urrutia**, post funciones, donde se conectaron más de 410 personas.
 5. Realización de **dos radioteatros** en sitios online y radios locales:
 - Borrachos de luna: 5.542 oyentes por medio de transmisión online a través de Radio Biobío y 2.144 oyentes en transmisión por la página de Teatro a Mil. Además, se transmitió por 12 radios locales, lo que permitió llegar a un público más amplio.
 - Casimiro: 4.338 oyentes por medio de transmisión online a través de Radio Biobío y 929 oyentes por medio de la web de Teatro a Mil. Además, se transmitió por 9 radios locales.
 6. Otros indicadores:
 - El **61% de los conectados no conocía el programa anteriormente**, lo que da cuenta de que logramos ampliar el público al que se llegó en esta cuarta versión de Al Teatro.
 - El **96% de los conectados pertenece a nuestro país**, sin embargo, un 4% es de Argentina, España, Brasil, Estados Unidos, Ecuador, Costa Rica, Colombia, México, Nicaragua, Perú, Bolivia, Panamá, Alemania y Guatemala. Este indicador da cuenta de que aportamos a la descentralización territorial y de acceso.
 - En escala del 1 al 7, el **promedio de evaluación de las actividades desarrolladas estuvo en 6,7**.
 - El **85% de las personas cree que esta iniciativa abre oportunidades de acceso al arte y la cultura**.

Resultados Campaña Comunicacional

Las acciones comunicacionales desplegadas en el plan 360° nos permitieron obtener positivos resultados que se ven reflejados en los siguientes números, los cuales están ordenados según los tres niveles que contemplaba el programa:

- **En los talleres:** Más de 500 inscritos en los talleres y 76% de asistencia. Los participantes expresaron que les gustó la instancia y que deberían generarse más actividades de este tipo durante el año.
- **Radioteatros:** Estas dos actividades fueron las que tuvieron mayor impacto de público.

Radioteatro	Radio Biobío (transmisión digital)	VOD teatroamil.tv	Total
Borrachos de Luna	5.542	2.144	7.686
Casimiro	4.338	929	5.267
TOTAL	9.880	3.073	12.953

- **Obras online y telefónicas:** La transmisión fue a través de la web de Teatro a Mil y en diferentes Establecimientos de Larga Estadía para Personas Mayores o Condominios de Vivienda Tuteladas. Fueron 43 establecimientos los que emitieron “Hola papá, ¡Sorpresa! y 40 los que transmitieron “Niebla”, logrando un alcance de 3.396 participantes en ambas obras.

Los resultados finales de esta instancia del programa son los siguientes:

Obra	Transmisión función	Transmisión VOD 24h	Transmisión presencial	Transmisión ELEM	Total
Hola papá Sorpresa	1.559	141	410	2.246	4.356
Niebla	1.980	339	790	1520	4.629
TOTAL	3.539	480	1.200	3.766	8.985

FOTOGRAFÍAS

