



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MENCION ARTES AUDIOVISUALES  
TRABAJO DE GRADO

**MICROS RADIOFÓNICOS SOBRE EL COMPROMISO SOCIAL DE EMPRESAS  
POLAR**

TESISTA: GERALI RODRÍGUEZ M.

TUTORA: CARLOTA FUENMAYOR.

CARACAS, SEPTIEMBRE 2009.

A mi familia por apoyarme en mis decisiones...

A todos los que hacen posible el mágico mundo de la radio...

A todas las personas que dan lo mejor de sí para planificar y ejecutar políticas de  
Responsabilidad Social.

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios, a los Santos y la Virgen por acompañarme, por darme el discernimiento para tomar decisiones, poder concluir el trabajo de grado y culminar esta etapa tan importante.

A mi familia por su respaldo. En especial a mamá Carmen por su apoyo, sus cuidados y compañía, gracias.

Gracias, a mi tutora, Carlota Fuenmayor, por creer y apoyar este proyecto, por su disposición y consejos. Por todo el tiempo dedicado, pese a sus labores de mamá.

A los profesores: Tiziana Polesel, Ramón Chávez, Jorge Escenarro, Elisa Martínez y Juan Ernesto Páez Pumar, por sus valiosas orientaciones que permitieron conducir la investigación por buen rumbo, gracias.

Gracias a la Universidad Católica Andrés Bello, por ser mí segundo hogar, cultivar sueños, valores y brindar la oportunidad de participar en actividades como: el programa de Liderazgo Ignaciano y Universitarios en Misión. Gracias a todos los profesores que contribuyeron a mi formación personal y profesional.

A Fundación Empresas Polar, por toda la colaboración prestada, a Martha Larrazabal por facilitar material para la investigación y coordinar las entrevistas. Gracias a Daniela Egui, por toda la disposición de colaborar en la realización de este proyecto. Gracias a todos los entrevistados, por suministrar la información requerida, gracias.

Al Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania, a Mariela Martín, encargada de comunicaciones, a Dayana Medina, coordinadora de nutrición comunitaria y a Dilcia Esquivel, encargada del área de recuperación. Gracias, por la atención y colaboración brindada durante la investigación.

Gracias a Oswaldo Koeneque, por realizar la locución de los micros.

Al señor Rubén Darío Rincón, por sus consejos y asistencia técnica durante la producción, gracias.

Gracias a la señora Cristhian de Barrios por facilitarme la música del Estado Yaracuy.

A todas las personas que dieron sus testimonios para complementar la información narrada en los micros, gracias.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	9
---------------------	---

## **CAPÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Responsabilidad Social Empresarial	11
Ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial	13
Ámbito interno	14
Ámbito externo	15
Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial	16
Beneficios para la empresa	17
Beneficios para la sociedad	18
Fases de la Responsabilidad Social Empresarial	19
Aspectos fundamentales Responsabilidad Social Empresarial	21
Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela	26

## **CAPÍTULO II: MICROS RADIOFÓNICOS**

El micro programa	35
Llegó para quedarse	36
Lo corporativo en la radio	37

### **CAPÍTULO III: EMPRESAS POLAR**

Empresas Polar	39
Trayectoria: Empresas Polar	39
Filosofía Empresas Polar	42

### **CAPÍTULO IV: COMPROMISO SOCIAL DE LA EMPRESA**

Fundación Empresas Polar	45
Ejes de acción Fundación Empresas Polar	47

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **CAPÍTULO I: OBJETIVOS Y MODALIDAD DEL TRABAJO DE GRADO**

Objetivo general	56
Objetivos específicos	56
Modalidad del trabajo de grado	57
Tipo y diseño de investigación	57

### **CAPÍTULO II: DE LA IDEA AL PRODUCTO FINAL**

Preproducción: estructura de los micros	58
Producción	60

Edición y montaje	60
Presupuesto	61

### **CAPÍTULO III: MICROS RADIOFÓNICOS**

#### **Micro: Fundación Empresas Polar**

Idea	62
Sinopsis	62
Tratamiento	62
Guión	64

#### **Micro: Desarrollo Comunitario**

Idea	68
Sinopsis	68
Tratamiento	68
Guión	70

#### **Micro: Educación**

Idea	77
Sinopsis	77
Tratamiento	77
Guión	79

#### **Micro: Salud**

Idea	86
Sinopsis	86
Tratamiento	86
Guión	88

**Micro: Actividades Institucionales**

Idea	93
Sinopsis	93
Tratamiento	93
Guión	95
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>	99
<b>Referencias Bibliográficas</b>	101
<b>Anexos</b>	104

## INTRODUCCIÓN

La motivación de mejorar las condiciones sociales en el país, ha estado presente desde la llegada de empresarios europeos y norteamericanos al inicio de la explotación petrolera en Venezuela. Lo que comenzó con soluciones en materia sanitaria y habitacional para los trabajadores petroleros, se fue adaptando al crecimiento económico del país, momento en que la política de Responsabilidad Social comenzó a formularse en el seno del sector empresarial.

Bajo la premisa de mejorar las carentes condiciones de una Venezuela que pasaba de ser rural a urbana, los empresarios con sus primeras acciones a través de donaciones, luego con la creación de fundaciones fueron armando las primeras políticas de Responsabilidad Social adaptadas al contexto del país, que sirvió como hoja de ruta para año tras año replantearse y diseñar nuevas estrategias de acción social enmarcadas en las necesidades de la población. Es así como se fue gestando en la política interna de las empresas, la propuesta de inversión social, acción que promueve una relación de beneficio mutuo entre empresa y sociedad.

Este trabajo de grado, presenta la producción de micros radiofónicos sobre el compromiso Social de Empresas Polar, destacando el aporte social de la empresa desde sus inicios, hasta el desarrollo de los programas que planifica y ejecuta Fundación Empresas Polar.

En el marco teórico de esta investigación se presentan los antecedentes de Responsabilidad Social en Venezuela, las etapas por las que ha transitado esta política, sus actuales definiciones y los beneficios que aporta al desarrollo del país.

Otro tema ampliado en esta parte del trabajo, es el micro radiofónico, presentado con una descripción de sus comienzos, características y vinculación con las actividades corporativas.

Luego se presenta a Empresas Polar, desde su creación, pasando por el crecimiento comercial de la empresa, hasta la conformación de Fundación Empresas Polar, institución que desarrolla la política de responsabilidad social de la organización.

El marco metodológico, hace referencia a la realización de los cinco micros radiofónicos sobre el compromiso social de Empresas Polar, plasmados en la idea, sinopsis y tratamiento de cada micro, contenido que antecede los guiones de cada producción, donde se narran las acciones de Fundación Empresas Polar, en el área de: salud, educación, desarrollo comunitario y actividades institucionales.

El motivo de la realización de este trabajo es la ausencia de información en los medios de comunicación, en especial en la radio, sobre las políticas de Responsabilidad Social desarrolladas en el país. Sí bien es cierto que el tema está en boca de la opinión pública, se desconoce el trabajo que realiza el sector privado para mejorar la salud, educación, cultura, deporte y medio ambiente. Es por eso, que la investigación está centrada en Empresas Polar, una de las organizaciones con más trayectoria en la planificación y ejecución de programas sociales.

El dar a conocer el trabajo de Responsabilidad Social Empresarial a través de micros radiofónicos, permite comunicar a la audiencia de forma amena, el apoyo de la empresa hacia las comunidades del país, cómo se desarrollan los proyectos y los beneficios que reciben las personas vinculadas con las actividades promovidas por Fundación Empresas Polar.

## **CAPÍTULO I:**

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Es una política vinculada a la sociedad venezolana desde la llegada al país de las primeras empresas transnacionales en el siglo pasado, hasta la conformación de los grupos económicos más importantes de Venezuela. Es un tema que se adaptó a las exigencias internas y externas del sector empresarial.

En este apartado se presentan los argumentos que definen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

Guédez (2001) argumentó lo siguiente:

La palabra responsabilidad procede etimológicamente de la conjugación de dos significados: respuesta y habilidad. Es la habilidad para dar una respuesta o la respuesta habilitadora y pertinente frente a una realidad. Es una acción exclusivamente humana que no es aplicable para cosas. Sólo el ser humano puede ejercer la responsabilidad por vía de sus actividades individuales o mediante la conjugación concertada con otros seres humanos. Ser responsable como lo afirma Victoria Camps: “es ser capaz de responder de algo ante alguien y querer hacerlo” (p.182, 183).

Pese a que no existe una definición única para esta estrategia empresarial, hay aspectos en común que vinculan las disertaciones sobre el tema, como la puesta en práctica de la habilidad que tienen las empresas para hacerle frente a determinadas adversidades y convertir las amenazas en oportunidades. Características que se han tomado del Marketing para la gerencia de Responsabilidad Social Empresarial.

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development [WBSCD], 1992) definió la Responsabilidad Social Empresarial como: un compromiso continuo de actuar éticamente y de contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo que mejora la calidad de vida de la fuerza laboral y de sus familias, como de la comunidad local y de la sociedad en general para

mejorar su calidad de vida. Esta organización, señaló que una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial coherente, basada en la integridad, valores sólidos y una aproximación a largo plazo, ofrece claros beneficios a las empresas y una contribución positiva al bienestar de la sociedad.

Esta definición plantea que la empresa logra el éxito comercial a través de valores éticos, al tiempo que trabaja para mejorar las condiciones de su entorno.

En 1995, el Tellus Institute (TI) definió la Responsabilidad Social Empresarial, como un paradigma empresarial que identifica, incorpora y moviliza los intereses y activos de todos los Stakeholders dentro de la visión, políticas y prácticas de la empresa.

Los Stakeholders son los actores involucrados o partes interesadas, como personas, instituciones o entornos físicos que pueden impactar o ser impactadas por las actividades de la empresa y a los que hay que integrar proactivamente.

Se identifican a los siguientes entes como Stakeholders:

- Público interno de la empresa (accionistas, empleados)
- Proveedores
- Consumidores
- Comunidad
- Medio ambiente
- Gobierno (internacional, nacional y regional)
- Medios de Comunicación Social
- Universidades.

Taller internacional de Responsabilidad Social Empresarial. Caracas octubre 2008.

En 2009, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) conceptualizó la Responsabilidad Social Empresarial, como la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables

cuando las actividades que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también al cuidado y preservación del entorno.

(CCRE, 2009). Estableció los siguientes aspectos básicos de la responsabilidad Social Empresarial:

- Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.
- Promueve el desarrollo humano sostenible.
- Protege los derechos humanos.
- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.

Pese a las diferentes formas de enfocar el contenido de Responsabilidad Social Empresarial, todas las definiciones toman en cuenta el contexto social en el que opera la empresa, identidad corporativa y metas, para reflejarlas en una iniciativa que genere inversión social.

### *Ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial*

Antes de planificar una estrategia, la empresa realiza un análisis del entorno, para detectar los agentes que influyen dentro y fuera de la organización. Actividad que permite ejecutar una política de intervención social que satisfaga las demandas de los ciudadanos.

Pizzolante (2004) identificó la actuación de la empresa en la sociedad:

Las relaciones con el entorno están conformadas por dos partes: empresas sensibles y comprometidas con un país y su gente, y que se ven a sí mismas más allá de su rentabilidad económica, diseccionando su gestión a una nítida rentabilidad social. Comunidades que integran los sectores económicos, sociales y políticos que, lejos de

aceptar el tradicional paternalismo, están dispuestas a participar, comprometiéndose con un nuevo modelo de balance y mutuo respeto. Un ambiente creado por empresa y comunidad, para el encuentro de intereses, tanto en las relaciones de sus empresas como en sus vínculos con el entorno (p.228).

### *Ámbito Interno*

En 2008, Forum Empresa (FE) calificó esta dimensión, como las acciones dirigidas hacia las personas que tienen un rol dentro de la empresa: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y contratistas. En esta área la empresa mantiene informados a sus clientes internos, facilita oportunidades de crecimiento, capacitación personal y profesional.

La empresa debe garantizar a su público interno el cumplimiento de los siguientes aspectos:

- Salud.
- Seguridad.
- Equidad.
- Calidad de ambiente laboral.
- Diversidad.
- Prevención del trabajo infantil.
- Desarrollo de recursos humanos.
- Compensación justa.
- Derechos humanos.
- Cultura empresarial.
- Comunicación interna.
- Voluntariado corporativo.
- Empleabilidad.

El ámbito interno de la responsabilidad social, es la oportunidad de la empresa, para planificar y desarrollar políticas de bienestar para los que hacen posible la misión de la organización.

### *Ámbito Externo*

En 2005, la Confederación Venezolana de Industriales (Conindustria) definió la dimensión externa de la Responsabilidad Social como: la relación que mantiene la empresa con los ciudadanos miembros de la comunidad donde opera la organización. En este ámbito la empresa debe generar un clima de aceptación y confianza, a través de buenas relaciones con la comunidad, socios comerciales, proveedores, consumidores y ejercicio de prácticas ambientales, relaciones que deben estar orientadas hacia el desarrollo sostenible.

(FE, 2008). Estableció las acciones que deben desarrollar las empresas hacia su entorno:

- Entendimiento de su problemática y necesidades.
- Preocupación por creencias y costumbres.
- Apertura al diálogo.
- Programa de desarrollo local y empoderamiento de personas.
- Participación en educación.
- Diseño de programas que aborden el tema de la salud.
- Voluntariado corporativo.
- Creación de cadenas productivas.
- Microcréditos.

Las acciones que emprende la empresa hacia la comunidad donde opera, van de lo micro como conocer el contexto e identificar sus demandas, hasta lo macro, al planificar acciones concretas en cada una de las áreas que requieran atención para solventar una problemática. De igual forma la empresa, permanece en un continuo monitoreo de la calidad de sus productos, relación con los competidores, sindicatos de trabajadores y entes gubernamentales.

(Palma, 2003 en Pizzolante, 2004) aclaró la participación del sector empresarial al establecer lo siguiente:

La Responsabilidad Social de la empresa debe evitar caer en un populismo dentro de las comunidades, es decir, no puede asumir el rol del gobierno, puesto que esto acarrearía desequilibrio para la empresa, para la sociedad y para los países (p.275).

Los ámbitos de la Responsabilidad Social, indican que la empresa, debe estar atenta de lo que pasa dentro y fuera de sus puertas. El sector interno y externo tienen la misma importancia en la planificación y ejecución de las políticas empresariales.

### *Beneficios de la responsabilidad social empresarial*

La puesta en marcha de una gerencia de Responsabilidad Social Empresarial que vincule esta política a la visión de la empresa, está condicionada por las características del entorno, los interlocutores y la comunicación con la empresa, acción que se traduce en beneficios para la organización y la comunidad, convirtiéndose en una relación ganar-ganar. Al aumentar la contribución de la empresa a la sociedad y disminuir los impactos contrarios.

Marturet (2001). Explicó la relación entre la actividad económica y social de la empresa:

La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial está orientada a lograr éxito en el negocio, en todos sus aspectos, en el de generación de riqueza, de trabajo, en la aplicación de sus valores y en el cumplimiento de la ley, lo cual incluye un impacto positivo en la sociedad. Es el empresario, que se impone como objetivo empresarial, el bienestar de la sociedad del entorno en el cual se haya inserto (p.115).

La Responsabilidad Social Empresarial implica el desarrollo de acciones económicas, sociales y medio ambientales dentro y fuera de la empresa sin descuidar los objetivos comerciales.

### *Beneficios para la empresa*

En 2006, Acción RSE (ARSE) identificó las siguientes ganancias para las organizaciones:

**Mejoramiento del desempeño financiero:** las empresas con un compromiso corporativo definido en cuanto a principios éticos, acciones conservacionistas hacia el medio ambiente y con un equilibrio de sus acciones repartidas entre empleados y accionistas, se ve reflejado en el crecimiento económico de la empresa, a través de un aumento considerable en sus ventas anuales.

Crecimiento económico que se refleja en la rentabilidad de las acciones, por ende mayores ingresos para los accionistas de la empresa, más demanda de productos y servicios hacia los proveedores.

**Reducción de costos operativos:** la inversión que realiza la empresa para cubrir gastos de funcionamiento puede disminuir con la puesta en práctica de acciones que reducen la emisión de los gases que ocasionan el efecto invernadero, lo que incrementa la eficiencia energética de la empresa. De igual forma la cultura del reciclaje y aprovechamiento de recursos evita los costos que generan los desechos y garantizan ingresos por la venta de materiales reciclados. Reflejado en el incremento de la calidad de los productos y en el aumento de la capacidad de producción.

Las acciones hacia el desarrollo del recurso humano de la empresa, como: óptimas condiciones laborales, programas de salud y bienestar social, reducen la ausencia de trabajadores de su área laboral, genera en los empleados mayor satisfacción de pertenecer a la empresa, lo que permite ahorrar dinero en contratación y adiestramiento de personal nuevo.

Una empresa considerada socialmente responsable, puede beneficiarse de su reputación ante el público; así como de su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y socios.

Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores puede generar lealtad y proveer un espacio de confianza en tiempos de

crisis. Estas acciones permiten que el público sea más tolerante y más propenso a restaurar su confianza hacia la empresa cuando la crisis termina.

Cisneros (2004) respecto a la mejora de la imagen y reputación de la empresa, afirmó lo siguiente:

La gente quiere a la empresa, no sólo por ser prestadora eficiente de servicios o proveedora de bienes, sino por ser su amiga solidaria, atenta a las necesidades de la comunidad y presta a dar apoyo a iniciativas loables. Así, la imagen empresarial muestra dos vertientes excelentes: la comercial y la ciudadana (p.20).

Las ventajas que adquiere la empresa con el desarrollo de políticas socialmente responsables, demuestran que ha habido una evolución en la preocupación del sector empresarial en la forma de aumentar los beneficios para el negocio, al: “generar mayor valor para la empresa, crear relaciones beneficiosas a largo plazo, donde no solo importa el cuánto gano, sino que ahora se le da importancia al cómo lo gano” (ARSE, 2006).

### *Beneficios para la sociedad*

Bienestar social: los ciudadanos gozarán del impacto de las políticas de Responsabilidad Social, dependiendo del área en que sean aplicadas, y la forma en que la empresa integre su negocio con las acciones de la comunidad, que puede ser desde: programas dirigidos a mejorar los sectores de: educación, salud y deporte, para contribuir con la formación integral de los ciudadanos. Hasta la puesta en marcha de estrategias de negocios inclusivos que permitan el desarrollo sustentable de iniciativas comerciales que incidan en el crecimiento económico de la comunidad.

De igual forma, el cuidado del medio ambiente de parte de las empresas representa una contribución a la calidad de vida, al preservar los recursos naturales para el futuro y reducir los efectos de la contaminación.

(WBSCD, 2002). Señaló que la Responsabilidad Social, contribuye con la sostenibilidad del mercado, al mejorar la calidad de vida de los consumidores, reducir las repercusiones medio ambientales y aumentar la participación de las empresas en proyectos sociales orientados hacia la sostenibilidad.

El análisis de las definiciones más recientes de Responsabilidad Social, permite identificar como socialmente responsable a una organización: “que gestiona un negocio rentable y que a su vez considera todos los efectos sociales, medioambientales y económicos, tanto positivos como negativos, que causa sobre la sociedad” (FE, 2008).

García (2004) Indicó como beneficios sociales las siguientes prácticas desarrolladas por las empresas:

Programas educativos y de capacitación profesional que contribuyen a mejorar el entorno social.

Participación y colaboración en la solución de problemas locales en los lugares donde la empresa actúa (vivienda, escuelas y centros de cuidados infantiles).

Contribución a las áreas deprimidas y menos desarrolladas del país (p10).

Para enfatizar uno de los valores de la Responsabilidad Social y su aporte al éxito de la empresa, Rodríguez (2005) señaló lo siguiente:

La Responsabilidad Social no puede ser una complicación adicional para la empresa, sino un reto, que la empresa lo asume sin generar problemas adicionales a los que normalmente tiene la organización (p.109).

Una empresa exitosa en Responsabilidad Social no es aquella que consigue los recursos de todos para asignarlo a ella, por lo contrario, es la que promueve que todos asignen recursos usando sus mejores talentos (p.43).

### *Fases de la responsabilidad social empresarial*

La Responsabilidad Social es una práctica que ha motivado una relación más

consciente entre ciudadanos, empresa y el ambiente donde realiza sus acciones, concepción que desde sus inicios hasta la actualidad ha estado influenciada por los cambios del entorno global, contexto que permitió establecer las fases de esta política en el mundo.

### *Fase precursora*

Es la que ocurrió durante el siglo XIX y primera mitad del XX. En ella no existe la responsabilidad social empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas que pudieran plantearse.

### *Primera Fase*

Este período supone la participación voluntaria por parte de las empresas en la comunidad. Las empresas comienzan a aceptar la existencia de una responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, realizándose actividades sociales.

### *Segunda Fase*

Es la etapa desarrollada desde mediados del siglo XX, el público tuvo conciencia de la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, reconociéndose asimismo los daños y riesgos que el mismo ocasionaba en su entorno. Esto originó una presión para que el gobierno interviniese imponiendo normas con el fin de la protección del interés público y los recursos naturales.

### *Tercera Fase*

Constituye un espacio en el que muchas empresas, instituciones y gobierno intentan encontrar un método de hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

(Llena, s.f; ¶4).

### *Aspectos Fundamentales Responsabilidad Social Empresarial*

Bajo la figura de concesiones otorgadas a empresas inglesas, holandesas y norteamericanas, se inició en 1913 la explotación petrolera en Venezuela. Durante esta actividad las empresas de extracción del petróleo, se preocuparon por satisfacer las demandas mínimas de los trabajadores en los campos petroleros, lo que significó un precedente de acciones sociales emprendidas por los empresarios. Por su parte, el empresariado venezolano que inició actividades comerciales en el área de productos y servicios, tuvo una visión más allá de la mera producción, al identificar y dar respuesta a las necesidades laborales de sus trabajadores (Méndez, 2008).

Así comenzó el siglo XX, protagonista del acontecimiento económico más significativo de Venezuela, la explotación y exportación de petróleo, evento que motivó a los empresarios a definir su aporte al país e iniciar acciones sociales en el ámbito de los negocios, estrategia que evolucionó a la par del crecimiento del país.

Durante el período de extracción petrolera, se ejecutaron las primeras acciones para mejorar el precario estado sanitario en el que vivían los trabajadores petroleros. En ese tiempo, se desarrollaron las primeras campañas sanitarias en los campos de explotación, para prevenir y enfrentar la propagación del paludismo. En 1917 la Caribbean Petroleum Company en alianza con la Fundación Rockefeller, desarrollaron estrategias que promovieron la prevención de enfermedades en los campos petroleros y en varios Estados del país. Acciones que antecedieron la creación del Ministerio de Sanidad y Asistencia Social en 1930 (Méndez, 2008).

La actuación de estas empresas trascendieron los campos petroleros al desarrollar programas dirigidos a la comunidad, como fue “la apertura del Hospital Caribbean en Mene Grande (Estado Zulia) en 1928 y la asignación de becas para estudios de medicina en el extranjero a partir de 1930” (Méndez, 2008, p.36).

Las acciones empresariales venezolanas más importantes de ese entonces se orientaron hacia el sector eléctrico, con la puesta en marcha de la Electricidad de Caracas fundada en 1895 y el sector de la construcción, con la apertura de la fábrica Cementos la Vega en 1912. Sus representantes, Ricardo Zuloaga y Carlos Delfino respectivamente, comenzaron a preocuparse por responder las carencias de sus trabajadores y las de su entorno. Méndez (2008) mencionó las primeras políticas sociales ejecutadas por empresarios venezolanos:

La Electricidad de Caracas fue pionera en la construcción de escuelas con comedores escolares en sus plantas, estableció en 1917 un reglamento de seguridad que estipulaba la figura de pensión para amparar a los trabajadores discapacitados, por su parte Carlo Delfino, dueño de Cementos la Vega fundó un dispensario y un centro cultural para la comunidad (p.35).

Durante este período, en el que Venezuela deja de ser un país agro productor para convertirse en uno de los mayores exportadores de petróleo del mundo, las actuaciones de los empresarios no solo se enfocaron en la producción de los campos petroleros, electricidad o construcción. También miraron hacia el entorno de su fuerza laboral. Méndez (2008) señaló los beneficios que recibieron los trabajadores:

Conjuntos habitacionales, servicios educativos y sanitarios complementarios, otorgaron beneficios a sus trabajadores todavía no establecidos en las regulaciones, que correspondían con el espíritu filantrópico europeo vigente desde el siglo XIX. Por otro lado ciertos dueños de empresas realizaban contribuciones personales a organizaciones caritativas de la sociedad (p.37).

A partir de las siguientes décadas el sector empresarial cambió su concepción hacia el trabajador, al dejarlo de ver como la fuerza productiva de la empresa, para

concebirlo como “un recurso humano a quien hay que retribuirle y compensarle su esfuerzo” (Méndez, 2008, p.43).

Es por eso, que el sector privado, se preocupó no solo por la salud de sus trabajadores, sino en ofrecerles soluciones habitacionales, centros educativos para sus hijos y brindarles la oportunidad de participar como accionistas en algunas compañías, como fue el caso de la empresa Pampero (Méndez, 2008).

Esta nueva actitud hacia la fuerza laboral, originó la masificación de las alternativas sociales ofrecidas de parte del empresariado extranjero y nacional, quienes desde la figura jurídica de la “Fundación”, concebida en 1942 en el Código Civil venezolano, facilitó soluciones a diferentes sectores que requerían ayuda del sector empresarial organizado. La primera fundación establecida, fue: La Fundación Venezolana Contra la Parálisis Infantil, creada por José Manuel Sánchez y Guillermo Zuloaga, “con la idea de construir un hospital para enfrentar las consecuencias de la enfermedad del polio. La obra se construyó en un terreno donado por el gobierno y se conoce desde ese momento como Hospital Ortopédico Infantil” (Méndez, 2008, p.44).

La naturaleza, fue un tema de interés para los empresarios, por lo que en 1949 William H. Phels, preocupado por las condiciones del medio ambiente, creó la Fundación Phels, para promover actividades de corte naturalista” (Méndez, 2008, p.49).

Año en que la Fundación Rockefeller trabajó para mejorar la alimentación de sus trabajadores y la salud de los venezolanos, al colaborar con la erradicación de las principales enfermedades que aquejaron al país. Por su parte, la Fundación Shell de Venezuela implementó un plan de atención al agricultor (Méndez, 2008).

En 1952 se produjo la primera relación entre las políticas de Responsabilidad Social Empresarial y los medios de comunicación, con la salida al aire del Observador Creole, primer espacio informativo transmitido por más de 20 años, en el canal de televisión RCTV, fundado por William Phels. Este espacio fue patrocinado por la empresa petrolera, Creole Petroleum (Méndez, 2008).

La década del sesenta, siguió con actuaciones de los grupos económicos nacionales, enfocados en la creación de fundaciones, actividad que pautó la línea de actuación social de los empresarios. Para darle continuidad a estas acciones, se realizó Maracay. Estado Aragua, el primer seminario de ejecutivos, organizado por la Fundación Creole, en 1963. En este encuentro, se discutió la problemática social de ese entonces y se propusieron vías de desarrollo para el país; los empresarios Guillermo Rodríguez, Nicomede y Ricardo Zuloaga, presentaron un informe, que planteó el tema de inversión social, a través de la siguiente idea:

No puede haber bienestar económico sin bienestar social, la colaboración de la empresa en la solución de los problemas sociales no es caridad sino inversión de la empresa, si la empresa ignora a la sociedad, la sociedad terminará por ignorar a la empresa (p.12).

Principios que dieron una respuesta clara al por qué de la existencia de un gremio empresarial que ejecute acciones sociales comprometidas no solo con el crecimiento de su empresa sino con el apoyo y la gestión oportuna para enfrentar los problemas sociales del país. Más tarde, en 1965 los empresarios se vuelven a encontrar, esta vez en Fedecamaras. Méndez (2008) reseñó lo siguiente:

Declaración de Responsabilidad Social de la Libre Empresa, donde se declara que las empresas tienen obligaciones y responsabilidades sociales que cumplir, que deben proteger su capital remunerar a sus accionistas y empleados, contribuir al desarrollo de nuevas inversiones y utilizar partes de sus beneficios para mejorar el nivel moral y la capacidad productiva de los venezolanos Méndez (p.72).

Manifiesto que sentó las bases de la Política de Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela. Por su parte, el empresario Eugenio Mendoza, afirmó: “no es suficiente crear industrias y generar empleo, sino patrocinar programas de acción social y los empresarios deben crear Fundaciones como labor social voluntaria auspiciada por la libre empresa” (Méndez, 2008, p.87).

En 1975 los empresarios retomaron su preocupación por la conservación del medio ambiente y crearon la Fundación para la defensa de la naturaleza (Fundena), con

un perfil conservacionista, que desarrolló proyectos y estudios sobre especies en peligro de extinción. Esta Fundación estuvo auspiciada por: Guillermo Zuloaga, Carlos Beracasa, Gustavo Vollmer, William Phels, Tomas Blohm y Eugenio Mendoza (Méndez, 2008).

La década del 70, no solo se caracterizó por sentar los principales argumentos y principios de la Responsabilidad Social, también fue el inicio de un cambio en la administración de los recursos de la industria petrolera, a partir de este momento el Estado tomó el control absoluto de la extracción y comercialización del petróleo, eliminando las concesiones a las empresas extranjeras. Méndez (2008) indicó lo siguiente:

La nacionalización de la industria petrolera trajo consecuencias en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial: la desaparición de iniciativas sociales vinculadas con las empresas petroleras, la aparición de PDVSA como empresa estatal que realiza contribuciones sociales y la creación de Fundaciones Corporativas (p.95).

El transcurrir de los años ochenta se caracterizó por el auge de las fundaciones, originado por "el crecimiento económico producido en el país durante 1960 y 1980, al registrarse los más altos índices de crecimiento industrial de América Latina, lo que se traduce en actividades de reflexión y filantropía por parte de las empresas" (Méndez, 2008, p.103).

Algunas de las Fundaciones que nacieron en esta época son: Fundaseguros, promovida por el Grupo Latinoamericana de Seguros, Fundación Bigott, Fundación Carlos Julio D'Empaire, entre otras iniciativas privadas. Mientras que el Estado, a la par de estas iniciativas a favor del beneficio de los trabajadores y la sociedad creó Industrias Lácteas (Indulac) que brindó becas estudiantiles, servicio de comedor a los trabajadores, actividades culturales y recreativas (Méndez, 2008).

La conformación del criterio de Responsabilidad Social Empresarial, estuvo influenciado por los acontecimientos políticos y sociales de principios de la década de los noventa. Méndez (2008) explicó los cambios ocurridos:

El resquebrajamiento de la economía, una ruptura con el sistema político, disminución del empresariado nacional y el retorno del capital extranjero para la explotación petrolera. Elementos que cambiaron el mapa de la Responsabilidad Social Empresarial. En este contexto, aparecieron iniciativas individuales y colectivas vinculadas a los temas del negocio. Las iniciativas que sucedieron trataron temas como: la cultura, bienestar social industrial, competitividad y pobreza. Mientras tanto, la petrolera nacional, desarrollaba nuevos esquemas de actuación descentralizada y se convertía en el actor fundamental de la Responsabilidad Social Empresarial por volumen de recursos asignados y por liderar las principales discusiones programáticas (p.139).

Venezuela entró al nuevo milenio con más de un centenar de iniciativas empresariales ejecutadas en los ámbitos: educativos, culturales, ambientales, habitacionales y sanitarios. Acciones que representan la preocupación e interés del sector empresarial por contribuir a superar las carencias sociales que presenta el país y por introducir en la filosofía empresarial, la Responsabilidad Social, como política a desarrollar dentro y fuera de la empresa.

### *Responsabilidad social empresarial en Venezuela*

Desde sus inicios la idea de Responsabilidad Social Empresarial estuvo vinculada a factores económicos y políticos, tema que se desarrolló y ajustó a las exigencias de la sociedad, logrando con el pasar de las décadas un cambio en la concepción de los empresarios hacia este tema; que pasó de cumplir con las exigencias de producción y las de los trabajadores, para convertirse en una cuantiosa suma de dinero a instituciones benéficas, crear fundaciones de corte personal, hasta el concepto de inversión social, que apuesta por contribuir en educación, salud y recreación para mejorar el rendimiento personal y profesional de los ciudadanos que forman parte del entorno de la empresa (Méndez, 2008).

Méndez (2008) presentó la conformación del contenido de Responsabilidad Social Empresarial:

La categoría de responsabilidad social empresarial fue incorporando distintos contenidos en el transcurso del tiempo. No se trata exactamente de una evolución o sustitución de concepciones, sino del reconocimiento de nuevos contenidos, los cuales fueron madurando, para responder a principios, cambios de actitudes, nuevas exigencias y públicos distintos. Cada nueva concepción de responsabilidad social empresarial obtuvo una interpretación y justificación distinta en su momento, vinculada, por supuesto, a ciertos factores socio-económicos y políticos que le dieron sentido (p.145).

Producir es la responsabilidad social fundamental de las empresas, la producción fue la premisa de esta primera concepción del ejercicio de Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela. Este paradigma estableció que el objetivo de las inversiones de la empresa es crear fuentes de empleo y satisfacer la demanda de los consumidores a través de la producción, acciones que hacen de la empresa un ente socialmente responsable.

Méndez (2008) señaló al respecto:

La función de la empresa es producir, mientras que distribuir es función del Estado y que no tienen los empresarios el derecho a utilizar el dinero de los accionistas para repartirlo, lo que puede afectar su responsabilidad fundamental de producir (p.148).

Esta concepción inicial se sustentó en la producción como principio de responsabilidad, actividad que genera empleo, contribución fiscal y produce impacto social en la actividad productiva que beneficia a los accionistas, consumidores y al Estado. El enfoque de esta concepción es interno y el público no lo identifica como acción social, por lo que le exige más a la empresa (Méndez, 2008).

Este argumento que amparó la Responsabilidad Social Empresarial fue el punto de partida que Méndez (2008) utilizó para establecer:

La función empresarial es sin lugar a dudas, reconocida por la sociedad, pero no es suficiente cumplir con sus responsabilidades y generar impacto social para que se califique a una empresa como socialmente responsable. Los argumentos a favor de la concepción de responsabilidad

social empresarial señalan que, ni la función exclusiva de la empresa es producir, ni el Estado sólo está para frenar los defectos del mercado; de ahí que la sociedad haya producido nuevas exigencias hacia ambos actores (p.149).

Trabajo social industrial, durante esta etapa, la idea de Responsabilidad Social Empresarial, respondió las demandas de la fuerza laboral, lo que originó un cambio en la forma de ver el contenido de la Responsabilidad Social Empresarial, esta vez orientado hacia la protección laboral, capacitación y satisfacción de los trabajadores. Por lo que las empresas acordaron la siguiente premisa: “Si debemos hacer más que producir, lo debemos hacer hacia nuestros trabajadores, quienes son los que están directamente vinculados a la actividad productiva y a quienes en primer lugar, la empresa les debe alguna acción” (Méndez, 2008, p.151).

La primera iniciativa dentro de esta concepción fue construir centros habitacionales para los trabajadores y dotar de mejores servicios a los centros urbanos más cercanos a las empresas.

Más adelante se pensó en la “prosperidad de la producción laboral” donde se realizaron acciones para satisfacer las necesidades de recreación y esparcimiento de los trabajadores y sus familias, a través de la realización de actividades culturales. Estas iniciativas buscaban la “satisfacción económica, psicológica y moral de los trabajadores de la empresa y sus grupos familiares, como la forma de expresar el principio de justicia social de la empresa hacia sus empleados” (Méndez, 2008, p.151).

Con el paso del tiempo y las exigencias de mejorar la producción de la empresa para satisfacer las demandas de los consumidores, los empresarios apostaron por la capacitación laboral de sus trabajadores, se acuerda que estos deben “recibir conocimientos, entrenamiento, y capacitación técnica. Identificada en su primer momento como trabajo social industrial y hoy día se conoce como desarrollo de los recursos humanos” (Méndez, 2008, p.151).

Este enfoque hacia la fuerza laboral, estuvo condicionado por la preocupación hacia la dimensión interna de la empresa, a favor de establecer justicia social hacia los empleados a través de una modalidad de ejecución directa que se mantiene vigente y se

ha desarrollado hacia otros públicos, pero que se critica como una acción paternalista de parte de la empresa (Méndez, 2008).

De la filantropía de empresarios a la filantropía corporativa, la conformación de los primeros grupos económicos del país, estuvo vinculado con obras sociales, ejercidas por los empresarios hacia sectores más vulnerables de la sociedad, a través de donaciones y con la creación de fundaciones de empresarios.

El cambio social, demostró que se debe dejar a un lado la caridad personal para transformarla en acciones que generen soluciones a mediano y largo plazo, que se traduzcan en “acciones de Responsabilidad Social hacia las comunidades, para así obtener una respuesta empresarial deslastrada de la noción tradicional de caridad realizada en forma personal de parte de los dueños de las empresas” (Méndez 2008, p.156).

En esta etapa, se cambió la figura paternalista del empresario por el adjetivo de corporativo, que involucró a toda la empresa en la acción social emprendida. Méndez (2008) estableció el antecedente de las acciones filantrópicas:

El concepto de Filantropía Corporativa se desarrolló en el marco de los principios de solidaridad y contribución de la empresa hacia los menos favorecidos, mediante la entrega de donaciones en efectivo y especies en beneficio de las comunidades, como la creación de las Fundaciones como mecanismos profesionales de intermediación (p.156).

Esta fase de conceptualización de la Responsabilidad Social como política, se amparó en la dimensión externa de la empresa, basada en los principios de solidaridad y contribución ejecutados hacia terceros, a través de instrumentos financieros y no financieros. Intención heredada de los dueños a las empresas, criticada por ser asistencialista, al desarrollar acciones en espacios que no son propios del sector empresarial (Méndez, 2008).

Méndez (2008) afirmó lo siguiente:

La concepción de filantropía sigue vigente en nuestro país y en el ámbito internacional, sin embargo, las

empresas e iniciativas privadas venezolanas han preferido no aplicar el término de acción filantrópica por estar asociado al asistencialismo. Si bien no dejan de realizar acciones de filantropía hacia terceros, prefieren decir que se trata de acciones de solidaridad, desarrollo social e inversión social (p.157).

La inversión social intentando desplazar a la filantropía empresarial, la preocupación sobre la forma de estructurar las líneas generales de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, se manifestó a medida que la empresa comenzó a mirar más de cerca la realidad de su entorno, por lo que el debate se trasladó a cómo solucionar estos problemas y qué contenido darle a esta nueva alternativa.

En esta discusión se establecieron diferencias entre filantropía e inversión social, (Acosta, cap 2 en Méndez, 2008) diferenció ambas acciones:

Por una parte, se pensó que la donación buscó atender una parte del problema, mientras que la inversión social se vinculó con la solución estructural del problema. Otros, sostienen que la filantropía ofrece exclusivamente apoyo financiero, mientras que la inversión social busca el desarrollo efectivo de la comunidad (p.159).

Con nuevas demandas del contexto, se tomó la premisa de inversión social, como una iniciativa liderada por la empresa.

(Caravedo, cap.2 en Méndez 2008) respecto a la inversión social estableció:

Persigue como impacto en la comunidad vecina o ámbito geográfico de influencia; motivada por la obtención de beneficios para la empresa como imagen, reputación y lealtad hacia la marca y por supuesto, beneficios para la comunidad como financiamiento y conocimientos (p.159).

La inversión social respondió a la dimensión del desarrollo social de la comunidad y el entorno, de acuerdo a los principios de cooperación y reciprocidad, modalidad de ejecución directa y cogestión; a través de “financiamientos de proyectos de desarrollo social ejecutados por terceros, ejecución de proyectos propios vinculados

al negocio de la empresa y a la acción realizada en los entornos de los funcionamientos de la empresa” (Méndez, 2008, p.160).

Este es el modelo utilizado actualmente, espera el retorno directo de la inversión, sin embargo es criticado por pretender incrementar la reputación, lealtad e imagen de la empresa (Méndez, 2008).

Gestión del impacto socio- ambiental: una licencia social, el centro de atención está fuera de la empresa, en su entorno. En 1992 la Organización de Cooperación y Desarrollo (OCDE) acordó el siguiente principio: “quien contamina paga”. Bajo esta premisa se desarrolló el concepto de “Desarrollo Sostenible” durante la Cumbre de Medio Ambiente y Desarrollo realizada en Brasil, en ese mismo año.

(WBSCD, 1992). Definió el desarrollo sostenible como: “formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades”.

Este concepto, invita a las empresas a diseñar políticas orientadas a preservar los recursos naturales y evitar causar daños al ecosistema.

La preocupación por proteger al medio ambiente respondió a una dimensión del desarrollo sustentable, ejercido en la modalidad de ejecución directa y alianzas. Orientado en los principios de respeto y compensación. La gestión de impacto socio-ambiental es utilizada mayormente por empresas petroleras, extractivas y las que su operación implica una relación muy cercana al medio ambiente; por lo que se percibe como “licencia para operar” (Pagani, 2008).

Cuando una empresa conquista la licencia para operar, quiere decir que la comunidad percibe de buena manera sus acciones con el entorno, “significa que la empresa ha conquistado la reputación de ser socialmente responsable, lo que le otorga por ejemplo: legitimidad para explotar un recurso natural, o beneficiarse de un programa nacional de subsidios. La licencia social depende del contexto específico de una empresa y su naturaleza es táctica e idiosincrásica” Hall, Matos, Fergus, Vredenburg (2005) ¿Es su empresa socialmente vulnerable? Harvard Business Review, 44.

Es por eso que el “nuevo comportamiento de la empresa, calificado de responsable y prácticamente concebido como un mandato ético, es aquél que pretende hacer lo que es justo evitando causar daños a terceros” (Méndez, 2008, p.162).

La ciudadanía corporativa: la empresa ante los cambios sociales, el medio ambiente no es el único factor del entorno por el que se preocuparon las empresas, desde principios de los noventa se ha propuesto que las empresas deben estar atentas a la situación de los derechos civiles, la libertad política, derechos económicos y sociales de su entorno y realizar un aporte en el área que más lo necesite.

Méndez (2008) indicó la participación social de la empresa:

Como las empresas tienen interés en que la democracia y la economía sean sostenibles están dispuestas a asumir roles más participativos en la vida económica, política y social de las naciones, con nuevas aptitudes de cooperación y responsabilidad, más allá de la solidaridad, ante la superación de las tradicionales distancias entre las obligaciones del Estado y de la Empresa (p.164).

Este estudio por las iniciativas sociales emprendidas por los empresarios finaliza con una acción que parte de la cultura organizacional para proyectarse a sus públicos externos, a través del ejercicio de la Ciudadanía Corporativa, que se ejerce: “cuando al trascender su misión comercial, la empresa acepta la mismas obligaciones y derechos de cualquier otro ciudadano, profundizando en la misión social de la organización con una visión incluyente, que escuche a su entorno económico, político y social” (Pizzolante, 2004, p.228).

Esta nueva identificación organizacional es desarrollada por los “ciudadanos corporativos, que no sólo se ocupan de las tareas de producir y distribuir, sino que revierten parte de su ganancia y actividad en beneficio de su gente y de la gente de su entorno (Pizzolante, 2004, p.266).

El estudio de los aspectos que abordó la Responsabilidad Social empresarial desde sus inicios, demuestra que la práctica tradicional de esta política conquistó

espacios más allá de las exigencias de los trabajadores hasta consolidarse como una alternativa de inversión social. Francés (2008) afirmó que:

La supervivencia a largo plazo de la Responsabilidad Social Empresarial estará asegurada no solo con que las empresas eviten causar daños y realizar obras sociales. El compromiso social debe ser parte intrínseca de la estrategia y la gestión de la empresa, para que esta sea percibida como parte de la solución a los problemas y no como parte de esos problemas (p.15, 16).

## **CAPÍTULO II:**

### **MICROS RADIOFÓNICOS**

La radio, es un medio de comunicación unidireccional, que facilita la comunicación por la interacción de: la palabra, los sonidos, la música y el silencio. Este medio hace posible el diseño de un espacio que permite informar y entretener a los oyentes de forma rápida y dinámica, a través del Micro, tema que se desarrolla en este capítulo.

El crecimiento de los medios de comunicación ha influido en la producción de nuevos espacios en la radio, para continuar a la par de las tendencias informativas y de entretenimiento. Oswaldo Yépez, afirma que la llegada de la televisión al país y los cambios propios de los nuevos tiempos modificaron la relación de la audiencia con los medios. Las personas dejaron de escuchar radio para sentarse a observar con detenimiento las imágenes que salían de la pantalla, por lo que sintonizar la emisora favorita fue una actividad que se dejó para el momento de conducir. Ante estos cambios, el autor afirmó: “La radio tuvo que modernizarse.” (Yépez, 1993, p. 175).

Yépez (1993) explica lo siguiente:

Una de las claras demostraciones de la modernización radiofónica en Venezuela es el surgimiento de un nuevo concepto de Microprograma, también denominado píldoras con un tiempo de duración de uno a tres minutos, que salen al aire tres o cuatro veces al día. Los micros permiten combinar campañas de proyección de imagen corporativa de empresas e instituciones, con mensajes trascendentes de mucho interés (Yépez, 1993, p. 175).

Las estaciones de radio, comenzaron a utilizar el micro para segmentar la programación y presentarle a la audiencia temas especializados de forma resumida (Maza y Cervantes, 1997).

### *El micro programa*

También se puede identificar al Micro como “espacios independientes con su propia estructura y contenidos que se integran dentro de un programa” (Ortiz y Volpini, 1995, p.145).

Maza y Cervantes (1997) definen al micro o capsula como:

Producto audiovisual híbrido, constituido por un bloque informativo de corta duración, que utiliza géneros periodísticos y no periodísticos en su estructura, cuyo objetivo principal es transmitir un mensaje útil o importante para el público o la audiencia.

Los medios audiovisuales, utilizan la capsula como un equivalente no comercial del anuncio publicitario. De esta manera, los mensajes utilitarios y de responsabilidad social se estructuran en este formato (p.289).

Por su estructura informativa unitaria, el micro o cápsula, puede existir como un formato independiente dentro de la programación radiofónica. Como producto independiente, debe ser transmitido varias veces para que su contenido sea recibido por un mayor número de personas. Como un subproducto de formatos más complejos, el micro se integra de manera natural a la estructura informativa de noticieros y revistas (Maza y Cervantes, 1997).

([curso.ihmc.us](http://curso.ihmc.us), s.f, microprogramas). La producción de micros radiofónicos combina el género dramático, informativo, educativo y de entretenimiento.

La realización de un micro requiere de un proceso de preproducción; etapa donde se define la idea y se escribe el guión que desarrolle el tema a comunicar, se selecciona un locutor para que sea la voz que transmita el mensaje y se elabora un presupuesto con los gastos de producción.

La producción es la fase donde se realiza la grabación del micro, se requiere de un estudio de grabación y de un operador que controle la parte técnica durante el proceso.

Postproducción es la última etapa de la producción y es donde se edita el material grabado y se agregan efectos de sonido para darle más realismo al material sonoro.

Este espacio radial, permite posicionar el mensaje, productos o servicios mencionados en el micro, por su corta duración permite comunicar solo la idea más importante. Precisamente por esta característica tiene la desventaja de no poder profundizar en un tema, como lo permite hacer el reportaje y el documental radiofónico (Ver Anexo 01: Esquema micro programas de radio).

Hoy en día, podemos escuchar en la programación de emisoras micros que abordan temas de: salud, historia, tránsito, tecnología, deportes, turismo, entre otros temas de interés. Espacio que le permite al oyente hacer un paréntesis para informarse sobre algo puntual de manera dinámica, para luego retornar a la programación.

### *Llegó para quedarse*

“Vamos a Conversar”, fue uno de los primeros Microprogramas de Venezuela, salió al aire en 1965 por la estación Radio Caracas Radio, escrito por Paco Álvarez y narrado por Adolfo Martínez Alcalá.

Un año más tarde se transmitió por la misma emisora el Micro: “Se llamaba”, escrito por Carlos Iván Mérida, con la narración de Walter Parra.

En 1969 sale al aire el Micro: “Hablemos de Caracas”, escrito por: Iván Loscher y Tonny de Lucca, narrado por Adolfo Martínez Alcalá.

Otros Microprogramas que se han transmitido a lo largo de la historia en diferentes estaciones de radio han sido: “Cosas del Abuelo y el Cine,” “Mitología de lo Cotidiano,” “Hoy en la Historia”, “Memoria y Cuento”. Marcando el precedente de las actuales producciones.

El Micro “Nuestro Insólito Universo,” es un espacio con más de un cuarto de siglo en el aire, narra los sucesos históricos más importantes del mundo.

Escrito y musicalizado por Rafael Silva y narrado por Porfirio Torres, Nuestro Insólito Universo se produjo en Radio Nacional, luego fue transmitido por Radio Capital y Éxitos. Año tras año ha ganado importantes premios y varias menciones fuera de nuestras fronteras, como el Premio Internacional de La Voz de Alemania en 1992.

Este Micro ha sido la única producción venezolana radiada en otros países (Yépez Oswaldo, 1993).

Actualmente sigue en el aire, por la emisora Onda 90.7 FM.

### *Lo corporativo en la radio*

Tomando las palabras del autor, al indicar que: “los micros permiten combinar campañas de proyección de imagen corporativa de empresas e instituciones, con mensajes trascendentes de mucho interés” (Yépez, 1993, P. 174). Este apartado trata sobre el Micro Corporativo y su aporte comunicacional a un tema puntual que se esté promocionando en el medio, para informar y vincular a los oyentes con una determinada causa.

### *Micro corporativo*

Publicidad sonora que busca vender la imagen de una corporación, empresa o institución, exaltando los valores culturales de una sociedad o un individuo, divulgando las bellas artes y las expresiones musicales, incentivando a la conservación de la naturaleza y al trabajo de los pobladores de un país en crisis, entre otros temas a los que hace referencia este tipo de publicidad cuya duración varía entre uno y tres minutos.

El contenido de estas producciones son temas informativos y educativos que brindan una recomendación con respecto a determinado tema de carácter general.

Los Micros Corporativos forman parte esencial del plan estratégico de comunicaciones corporativas de una empresa, por lo que sus objetivos son:

- Elevar la opinión del público con respecto a la labor que realiza dicha empresa.
- Transmitir prestigio o imagen social.
- Promocionar de manera indirecta sus productos.
- Obtener una actitud favorable de la comunidad, proveedores, gobierno, clientes y comerciantes.

Ferraro, N (1997) *Diseño de un manual práctico de producción audiovisual para la realización de micros corporativos*. Trabajo de grado de licenciatura no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

## **CAPÍTULO III:**

### **EMPRESAS POLAR**

Una de las empresas con más trayectoria comercial en el país y con una destacada ejecución de políticas socialmente responsables.

Empresas Polar comenzó su historia hace más de cien años, con la fábrica de velas y jabones Mendoza & Compañía.

Alrededor de 1939, Lorenzo Alejandro Mendoza Fleury, socio mayoritario de esta firma familiar, decidió ampliar el negocio y establecer una industria cervecera en Venezuela, que inició sus operaciones en 1941, con la primera planta cervecera del país, ubicada en la Parroquia Antímano de Caracas.

Actualmente Empresas Polar produce y comercializa los siguientes productos: Alimentos Polar, Cerveza y Malta, Refrescos (Pepsi- Cola Venezuela) y bebidas no carbonatadas.

#### *Trayectoria: Empresas Polar*

(Empresas Polar, 2008, cronología). Con una planta para procesar 30 mil litros de cerveza al mes y 50 empleados, cervecería Polar inició sus actividades en 1941. Dos años más tarde ingresó a la empresa un joven inmigrante de origen checo, Carlos Roubicek, quien se desempeñó como maestro cervecero y realizó cambios en la fórmula de la cerveza Polar tipo Pilsen. Esta adaptación logró posicionar a la marca en el primer lugar.

En 1957 se inauguró la segunda planta, en el Estado Anzoátegui, que operaba con 57 trabajadores y una capacidad de procesar 50 mil litros mensuales de cerveza, para cubrir la demanda del oriente del país.

Un año más tarde, pasó a formar parte del portafolio de productos de la empresa, Malta Polar, bebida que todavía se mantiene en el mercado.

En este mismo año, la empresa abrió una tercera planta cervecera, ubicada en los Cortijos, con 140 trabajadores y una capacidad para procesar 500 mil litros por mes.

Con el paso de los años la producción de la empresa comenzó a crecer en otras áreas, por lo que en 1954 se creó la división de alimentos, con Remavenca, empresa creada para producir hojuelas de maíz, que se requerían como materia prima para la elaboración de la cerveza, insumo que hasta la fecha era importado. La producción de hojuelas de maíz, fue lo que originó la idea de crear una harina para hacer arepas.

Cuatro años más tarde, esta idea se hizo realidad, con la llegada al mercado de Harina Pan, harina precocida de maíz. Bajo el eslogan: “Se acabó la piladera.”

A la par de la incursión en el mercado de alimentos de consumo masivo la empresa inauguró más plantas cerveceras en el país, esta vez en Maracaibo, donde en 1961 se instaló una planta “modelo” con 115 trabajadores y una capacidad de producción de cuatro millones de litros mensuales para abastecer la región occidental y andina del país.

En 1977 se institucionalizó la gestión social de la empresa, al asumir el patrocinio de una institución sin fines de lucro para “contribuir al desarrollo social del país y realizar cualquier actividad de utilidad colectiva o interés general.” Misión que se ha cumplido a través de Fundación Empresas Polar, ente aliado de la empresa que desarrolla programas sociales en el país.

Al año siguiente, Polar se posicionó como la mayor y más moderna industria cervecera de América Latina. En ese mismo año inició operaciones una nueva planta, ubicada en San Joaquín, Estado Carabobo, con capacidad para producir 12 millones de litros de cerveza al mes.

En 1985 la empresa comenzó la producción y comercialización de Vino, con la apertura de Bodegas Pomar.

Para 1986 Polar continuó creciendo en el área de alimentos, al ingresar al negocio del arroz con la empresa Corporación Agroindustrial Corina, en el Estado Portuguesa.

Durante los años de 1987 y 1991, la empresa adquirió Helados Efe y la segunda planta productora de arroz, provenaca, ubicada en el Estado Guárico.

Durante la década de los noventa, el sector de bebidas siguió siendo de gran interés para Polar, en 1992 obtuvo la marca de refrescos Golden Cup.

Dos años más tarde, la empresa inauguró un centro tecnológico, con modernas instalaciones que albergan una planta piloto, un laboratorio para el control de calidad y biotecnología.

En 1996 Polar realizó una alianza con PesiCo Internacional, para producir y comercializar en el país la marca de refrescos Pepsi, al tiempo que realizó el lanzamiento de la primera cerveza Light, Polar Light.

La empresa siguió avanzando en el mercado de las bebidas no carbonatadas, bajo el nombre de Pepsicola, por lo que en el año 2000 incorporó en su portafolio de productos, el agua mineral Minalba.

Al siguiente año, Polar adquirió la empresa de consumo Masivo, Mavesa, productora de margarina y mayonesa. También la marca de jabón las Llaves y jugos Yukery pasaron a formar parte del staff de marcas Polar.

En el 2003 se creó Alimentos Polar, unidad de negocios que asumió el portafolio de las marcas de productos alimenticios comercializados por la empresa.

En el 2004 la cerveza Solera Light se incorporó a la plantilla de cervecería Polar como la cerveza “premiun de las Light”.

En el marco de su 65 aniversario, Empresas Polar estrenó nueva imagen corporativa, un grafismo que se asocia al símbolo matemático del “infinito”, siendo esta la representación gráfica que más se ajusta a la nueva visión estratégica de la empresa.

También en el 2006, Fundación Empresas Polar, alineó su identidad gráfica con la de Empresas Polar, destacando así la visión estratégica que ambas organizaciones comparten por trabajar de manera constante y con excelencia por el logro de un futuro de infinitas oportunidades para todos los venezolanos.

### *Filosofía Empresas Polar*

(Empresas Polar, 2008, ¶3). Desde 1941, los fundadores de la empresa desarrollaron un compromiso empresarial cimentado en la integridad personal, la honestidad, el alto grado de identificación con la empresa, el sentido de pertenencia a una gran familia, el espíritu de solidaridad social, la voluntad de ser útiles, pero sobre todo la máxima significación del factor humano. La herencia cultural transmitida de generación en generación, como parte de la personalidad corporativa de la empresa, combina un estilo directo y respetuoso en las relaciones interpersonales e interinstitucionales.

Consientes que los valores fundamentales evolucionan, en paralelo al cambio organizacional, los sólidos principios tradicionales de la filosofía corporativa se renuevan con valores compartidos que se requieren para cumplir la misión de Empresas Polar.

(Empresas Polar, 2008, Nuestra Filosofía). Empresas Polar, acordó las características que guían sus acciones como organización.

Trabajo en equipo: para fomentar la integración de equipos con el propósito de alcanzar metas comunes.

Agilidad y flexibilidad: para actuar oportunamente ante los cambios del entorno, siempre guiados por la misión, visión y valores de la empresa.

Relaciones de mutuo beneficio con las partes interesadas: para buscar el beneficio común en las relaciones de las partes interesadas del negocio.

Reconocimiento continuo al logro y a la excelencia: para fomentar y reconocer constantemente a los trabajadores la excelencia y la orientación al logro.

Oportunidades de empleo sin distinción: para proveer oportunidades de empleo en igualdad de condiciones.

Orientación al mercado: para satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes de manera consistente.

Integridad y civismo: para exhibir una actitud consistentemente ética, honesta, responsable, equitativa y proactiva hacia el trabajo y la sociedad en que se desenvuelve la empresa.

Orientación a resultados y eficiencia: para ser consistentes en el cumplimiento de nuestros objetivos, al menor costo posible.

Innovación: para tener una actitud proactiva ante la generación de nuevas tecnologías y nuevos productos. El recurso humano posee la disposición a aprender, gerenciar y difundir el conocimiento.

## **CAPÍTULO IV:**

### **COMPROMISO SOCIAL DE LA EMPRESA**

En 2008, Fundación Empresas Polar (FEP). Empresas Polar, desde su creación asumió un compromiso con el bienestar de sus trabajadores. Desde el trabajo en las adyacencias de las plantas, hasta responder a las necesidades más complejas en sus áreas de influencia.

El primero de abril de 1962, Juan Lorenzo Mendoza Quintero, creó la Asociación Civil El Puntal, que enfocó sus actividades en el apoyo a instituciones de carácter benéfico y oportunidades de estudio. Esta asociación civil, fue el antecedente de Fundación Empresas Polar (FEP).

En 1975, durante el III Foro Nacional Polar, se manifestó la inquietud y el compromiso de crear una fundación que fungiera como plataforma sólida para las actividades realizadas por la Asociación Civil El Puntal y que ampliara los horizontes en vista de la expansión de la empresa y los cambios ocurridos en la realidad nacional. En este encuentro se acordó que la empresa no puede ser ajena a su entorno y se plasmó en un documento la relación empresa, sociedad propuesta en el foro de la empresa.

(FEP, 2008). La responsabilidad de la empresa no se limita a una simple actividad filantrópica, ni a una simple participación en la bolsa común de recursos a través de la carga impositiva, no es ni siquiera una acción discrecional, ella se concreta de forma ineludible en poner al servicio de la comunidad global, en la búsqueda de su propio bienestar, la aprobada eficiencia de la empresa privada en la generación de la riqueza, para lograr una más equitativa distribución de la misma a través de la solución acelerada de los problemas que aquejan al hombre y a la comunidad.

(FEP, 2008). El 13 de abril de 19977, Lorenzo Mendoza Quintero, firmó el acta constitutiva de Fundación Empresas Polar, bajo un postulado de interdependencia entre el sector público y privado. La organización estuvo desde sus inicios conformada por un equipo humano dispuesto a emprender la búsqueda de nuevos modelos y metodologías

para el desarrollo social, con un carácter integral y experimental. Señalados en el documento constitutivo de la Fundación, texto que resume su razón de ser:

La Fundación tiene por objeto contribuir al desarrollo social del país en las áreas de educación, cultura y recreación; propiciar el desarrollo científico y tecnológico en las áreas de agricultura, industria, preservación y uso racional del ambiente; aprovechar y promover instituciones que tengan por finalidad principal realizar actos de beneficio o protección social y en general realizar que sea de utilidad colectiva o de interés general.

Es así como se implementó en Empresas Polar, la forma de ejecutar la política de Responsabilidad Social Empresarial de la organización, para dar continuidad al compromiso social asumido con el país desde la conformación de la empresa.

### *Fundación Empresas Polar*

D. Egui (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Explicó: Fundación Empresas Polar, es la expresión del compromiso social de Empresas Polar, hacia las comunidades cercanas a las operaciones de la empresa, cercanas a las plantas de los tres negocios de Empresas Polar, que son: el negocio de cerveza y malta, Pepsicola, bebidas no carbonatadas y el negocio de alimentos. Empresas Polar y Fundación Empresas Polar, han ido evolucionando, para adaptarse a la realidad del país, a las necesidades de las personas que atendemos y cuyas vidas queremos ayudar a mejorar.

(FEP, 2008). FEP trabaja como aliado comprometido con la comunidad, promoviendo iniciativas sustentables e innovadoras enfocadas en las áreas de: educación, desarrollo comunitario y salud, llevadas adelante por un equipo humano unido para potenciar el compromiso social de Empresas Polar.

(FEP, 2008). La misión de la organización es servir a Venezuela participando responsable y activamente en la conformación de una sociedad, con criterios realistas y pluralistas en la búsqueda de una relación armónica entre el ser humano y el entorno.

Para realizar su misión FEP, lleva a cabo proyectos de ejecución directa o a través de convenios con instituciones públicas y privadas.

(Fundación Empresas Polar, 2008, ¶3). La visión de la institución se fundamenta en los valores de autonomía de acción, solidaridad humana, oportunidad, tradición y continuidad, aspiramos innovar como una fundación privada cuyo proyecto futuro nos oriente a generar conocimientos y experiencia útiles para la sociedad, que contribuyan a construir un nuevo marco socio-institucional necesario para que Venezuela pueda insertarse exitosamente en este siglo XXI.

(Fundación Empresas Polar, 2008, ¶4). Los objetivos de Fundación son:

- Aliviar disparidades de la sociedad.
- Consolidar valores éticos y patrimoniales.
- Fomentar y potenciar el talento y el conocimiento.
- Estimular la participación responsable y el consenso entre los diversos actores de la sociedad.

Fundación Empresas Polar, ha contribuido a mejorar la calidad de vida de los venezolanos para que logren un progreso sólido y duradero.

(FEP, 2008). La organización promotora del compromiso social de Empresas Polar, ha encausado sus acciones para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) asumido por la mayoría de los dirigentes y líderes del mundo, en la Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, para el logro de los cuales se han fijado metas concretas a ser alcanzadas para el año 2015. Estas metas están relacionadas con la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, la satisfacción de necesidades básicas en educación y salud, la equidad de género, la sostenibilidad del medio ambiente la construcción de alianzas entre gobiernos, sociedad civil y sectores empresariales para el desarrollo humano sostenido.

### *Ejes de acción fundación empresas polar*

Fundación Empresas Polar, ha desarrollado programas en el área de: salud, educación, desarrollo comunitario y actividades institucionales, con el objetivo de generar bienestar en los venezolanos. Para ello, la Fundación planifica y ejecuta proyectos en estos ámbitos.

#### *Educación*

La formación integral de niños, jóvenes y adultos ha motivado la creación de programas educativos en varias zonas del país, para brindar a sus beneficiarios la oportunidad de incorporarse a una vida activa y productiva.

(FEP, 2008). El propósito fundamental es contribuir a identificar y desarrollar alternativas innovadoras para fortalecer procesos de formación, capacitación en diversos niveles de la educación. Para favorecer la elevación espiritual e intelectual, el desarrollo de habilidades y destrezas de niños y jóvenes en los entornos geográficos de empresas polar y del país en general.

D. Egui (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Señaló: el esfuerzo de Fundación Empresas Polar, está dirigido a mejorar el desempeño de los docentes y los alumnos de educación básica en las escuelas venezolanas.

Los programas desarrollados en esta área, incentivan la formación continua de alumnos y docentes, a través de herramientas que estimulan el aprendizaje dentro y fuera de las aulas.

### *Talleres de artes plásticas y música maltín polar (TMP)*

(FEP, 2008). Actividad dirigida para niños en edad preescolar, a través de la música y las artes plásticas, contribuye al desarrollo físico y psicomotor del niño, preparándolo para su ingreso exitoso a la escuela primaria, también facilita la integración social de los niños y los estimula a continuar practicando estas expresiones.

Desde el 2007, se capacitó a docentes en esta metodología, para desarrollar el taller en las escuelas, actividad que incrementó el número de niños que pueden beneficiarse por su replicación en otras partes del país.

### *Proyecto de actualización matemática (PAM)*

(FEP, 2008). Es un modelo educativo dirigido a docentes de educación básica, que ha auspiciado el mejoramiento del proceso enseñanza- aprendizaje de la matemática, en la primera y segunda etapa de educación básica, mediante talleres de capacitación y actividades de acompañamiento dirigidas a docentes a través de herramientas didácticas de matemática escolar, técnicas de aprendizaje autónomo y nuevas formas de evaluación. Este programa se ha desarrollado en los Estados: Sucre, Nueva Esparta, Zulia y el municipio Chacao, del Estado Miranda.

### *Olimpiadas matemáticas*

(FEP, 2008). Competencia que ha fomentado en niños y jóvenes el pensamiento lógico, capacidades creativas y de abstracción a través de la resolución de problemas de matemáticas. Desde el 2005 Fundación Empresas Polar, ha patrocinado este programa nacional, con el fin de promover la matemática en la escuela y en la comunidad. En cada año escolar, la celebración de las olimpiadas, ha permitido realizar un diagnóstico del desempeño de los alumnos en matemáticas y colaborar en la actualización de los

docentes en esta área, proporcionándoles un banco de problemas que les permiten enriquecer las actividades en el aula.

### *Ciencia en la escuela*

(FEP, 2008). Es un programa que desde hace tres años ha enseñado a los alumnos de educación básica a formular hipótesis, buscar respuestas y desarrollar conceptos, a través del aprendizaje de ciencia indagatoria.

Para desarrollar el programa en las escuelas cercanas a los centros de producción de la empresa, Fundación Empresas Polar, capacitó a los docentes de aula para que enseñen esta disciplina y elaboró el material informativo “ciencia para nosotros” encartado en el diario de circulación nacional Últimas Noticias. De igual forma, Fundación Empresas Polar, produjo la colección de fascículos “física a diario”, distribuida en este mismo diario.

Este proyecto, ha formado a jóvenes estudiantes para que acompañen a los docentes en la enseñanza de ciencia y así cumplan el servicio social, establecido para los alumnos del último año de estudios medios. Ciencia en la escuela, se ha desarrollado en cinco centros educativos, a escala experimental, ha capacitado a más de noventa docentes y beneficiado a más de diecisiete mil alumnos.

### *Fortalecimiento de formación técnica profesional*

Este programa ofrece herramientas técnicas a jóvenes que se encuentran fuera del sistema de educación formal y sin empleo, a través de la enseñanza de cursos en el área comercial, industrial y agrícola. Impartidos en el Centro de Formación Profesional en San Francisco Estado Zulia y en la escuela técnica popular María Auxiliadora, en el Estado Sucre.

Fundación Empresas Polar, ha incentivado el conocimiento de la historia, a través de las actividades desarrolladas en la Casa de estudio de la Historia de Venezuela.

Artesanos y productores agropecuarios también han recibido formación técnica de parte de FEP para mejorar la producción y comercialización de sus productos.

### *Salud*

Fundación Empresas Polar, ha desarrollado programas para mejorar la asistencia médica en todas sus etapas, desde la prevención de enfermedades, dotación de equipos de avanzada tecnología a centros médicos públicos y privados del país y atención especializada a personas que sufren enfermedades graves. Estas acciones, han estado dirigidas hacia los sectores más humildes de la población, a través de donaciones personales e institucionales para solventar gastos médicos de enfermedades como: cáncer y afecciones cardiovasculares.

Para atender y prevenir enfermedades relacionadas con la malnutrición, Empresas Polar, creó en 1991 el Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania, esta institución ha desarrollado un trabajo comunitario con los vecinos de la zona, para convertirlos en aliados de prevención de enfermedades y los ha dotado de herramientas de liderazgo para que puedan resolver los problemas de su comunidad, a través de los programas: atención preventiva, curativa y promoción de líderes comunitarios, desarrollados en “**Cania**”.

### *Desarrollo comunitario*

En las comunidades vecinas a los centros de producción de Empresas Polar, se han desarrollado proyectos productivos, a través de capacitación técnica de parte de la empresa y el trabajo e interés de las comunidades en progresar, ha generado bienestar en las localidades del país.

D. Egui (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Afirmó: lo que motiva a Fundación Empresas Polar a trabajar con las comunidades es acompañar a las personas en su desarrollo, apalancando las capacidades que las personas tienen, para que logren tomar en sus manos la posibilidad de cambiar, es un poco esa metáfora de no dar el pez, sino enseñar a pescar, al final lo que nos interesa es que si nosotros empezamos un proceso de capacitación y crecimiento con las comunidades, el día que nosotros no estemos, esa comunidad pueda seguir sola y su desarrollo siga siendo sostenible hasta el último día de la comunidad.

(FEP, 2008). Los proyectos han partido de realidades locales, buscan aprovechar las capacidades y oportunidades derivadas de las dinámicas productivas, con un uso eficiente de los recursos naturales de la zona. Los resultados se traducen en beneficios económicos, sociales y ambientales.

D. Egui (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Afirmó: Fundación Empresas Polar, aporta a las comunidades recursos económicos por la vía de capacitación, acompañamiento técnico, aprendizaje en temas que son importantes para esas comunidades; y a cambio hemos recibido mucho reconocimiento de las comunidades. Que nosotros seamos preferidos como empresa, no solamente porque los productos que hacemos son de la mejor calidad y el acompañamiento que hacemos en las comunidades sea de la mejor calidad posible y que los resultados que se obtengan sean de la mejor calidad posible y haya esa relación de ganar-ganar entre la comunidad y la empresa, es una fórmula mágica, ganamos nosotros como empresa y ganan las comunidades.

Fundación Empresas Polar, ha promovido en el Estado Miranda, el desarrollo de cadenas frutales y la producción de chocolates La Flor de Birongo, a través del incentivo de la producción de estos rubros, el acompañamiento de la empresa en los procesos de siembra, cosecha y comercialización, han permitido la organización de la comunidad en cooperativas que trabajan para continuar con la producción de frutas y cacao. Actividad que ha generado en la comunidad fuentes de empleo, mayores ingresos económicos y por ende mejoras en su calidad de vida.

En los Estados Yaracuy y Nueva Esparta, se desarrollan proyectos de emprendimiento sustentables, que tienen como base el trabajo de artesanos de tejas y lozas de arcilla en Carora y la producción de ostras y erizos en la Restinga. Fundación Empresas Polar ha motivado a estas comunidades hacia el emprendimiento, a través de la enseñanza de estrategias de producción de calidad, comercialización y cuidado del ecosistema. Con la intención de potenciar la capacidad productiva de estas regiones, generar fuentes de empleo y enseñar a las comunidades que en sus manos está el progreso hacia un futuro mejor, con capacitación y trabajo.

### *Actividades institucionales*

Es la acción de Fundación Empresas Polar, para promover: personas, grupos y organizaciones para el mejor desempeño de sus actividades profesionales, sociales y dirigir las hacia el logro de sus objetivos institucionales, a través de intervenciones dentro de la empresa y en instituciones aliadas, para impulsar el desarrollo social en el país.

Dentro del portafolio de actividades institucionales, se desarrollan los siguientes programas:

### *Voluntariado corporativo*

G. García (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Definió el Voluntariado Corporativo como: la oportunidad que tiene cada uno de los trabajadores que forman parte de la empresa, con sus familiares, de poder llevar un aporte a las comunidades de todo el país, a través de actividades estructuradas. El voluntariado corporativo promueve valores como: respeto mutuo, alegría, pasión por las cosas bien hechas y solidaridad.

Las áreas principales de este programa son: deporte, ambiente y educación; alimentación en alianza con “**Cania**” y consumo responsable. Lo que busca el programa es sembrar la posibilidad de desarrollo en las comunidades y que el voluntario esté

involucrado en la actividad, que el personal de la empresa a través del programa, pueda donar su tiempo, su talento hacia las comunidades, para fortalecer la organización en las comunidades. El ejercicio del voluntariado se realiza con instituciones o grupos organizados en la comunidad (escuelas, concejos comunales, casas de la cultura, centros deportivos) porque de esta forma se puede fortalecer el capital social y dejar un aporte más allá de la acción realizada.

El programa de voluntariado es la herramienta inmediata que tienen las personas para ejercer su ciudadanía, para aportar, estar vinculado a las comunidades, que la gente con sus propias manos y con su talento pueda dejar algún aporte a la comunidad.

Este programa se ha desarrollado desde octubre del 2008.

### *Premio Lorenzo Mendoza Fleury*

En 1999, Premio Fundación Polar Lorenzo Mendoza Fleury (PFPLMF). Como parte de la celebración del quinto aniversario de Fundación Polar, en 1982, se aprobó la creación del Premio Fundación Polar “Polar Lorenzo Mendoza Fleury”, con el propósito de reconocer y estimular a científicos venezolanos que trabajen en el país en las disciplinas de biología, física, matemática, química y sus interdisciplinas, en los cuales se destaquen dotes de talento creatividad y productividad. El 31 de mayo de 1983, se realizó la primera entrega de este galardón a cinco investigadores.

(PFPLMF, 1999). La metodología del premio es la siguiente; la junta directiva de Fundación Polar, es la máxima autoridad del premio. Esta instancia es la que decide para cada edición los integrantes del comité de selección, instancia responsable de la designación de los proponentes, evaluación de los candidatos propuestos, la selección de los premiados y el monto de la premiación. El jurado, está formado por siete personas de reconocido prestigio académico y sólido criterio científico. El comité recibe las propuestas presentadas por los proponentes, evalúa la información recibida y selecciona un máximo de cinco candidatos a ser galardonados. Luego redacta el veredicto para la

junta directiva, quien lo ratifica y redacta la semblanza de los galardonados, para presentarla en la entrega del premio.

R. Valdivieso (comunicación personal, Agosto 03, 2009). Explicó: el premio tiene dos objetivos fundamentales; un objetivo general que tiene que ver con la valorización de las actividades de investigación científica en el país. A través del premio, la sociedad venezolana se entera de lo que hacen los científicos en Venezuela y reconoce la importancia de esa actividad para el desarrollo del país. Por otro lado, el premio es un estímulo y reconocimiento a la actividad que desarrollan hombres y mujeres venezolanas que se dedican a la actividad científica y avanzar la frontera del conocimiento.

A través de esta actividad, la sociedad venezolana identifica nuevos valores e identifica patrones ha seguir. El premio crea nuevos referentes para la sociedad y para la juventud estudiosa.

El premio sirve como hilo conductor para desarrollar actividades que buscan el mejoramiento de la enseñanza de la ciencia en la educación en general.

La entrega del Premio Lorenzo Mendoza Fleury, se ha venido realizando cada dos años, siendo la entrega del 2009, la décimo cuarta edición.

### *Red de desarrollo social*

(FEP, 2008). Redsoc, es una asociación sin fines de lucro, que impulsa la articulación y concertación de las organizaciones de desarrollo social entre sí, con el Estado y con el sector empresarial. Brinda un espacio para el diálogo, el aumento del empleo productivo y una mejor integración social. Actualmente está conformada por setenta y siete organizaciones.

Fue creada en 1997, gracias a un convenio entre Fundación Empresas Polar y el entonces Ministerio de la Familia. La Red, tiene importantes alianzas con organizaciones

públicas y privadas, nacionales e internacionales. Posee acreditación por parte de la Organización de Naciones Unidas como organización asociada al departamento de información pública y de organización con status consultivo especial ante el consejo económico y social.

Durante la gestión del 2007 y 2008, quinientas veinte organizaciones se beneficiaron mediante las acciones emprendidas por esta red social, entre ellas Fundación Empresas Polar, al recibir orientación para la planificación y desarrollo del programa Voluntarios Empresas Polar.

Fundación Empresas Polar, ha desarrollado actividades que potencian el crecimiento profesional de sus empleados, a través del diplomado de Responsabilidad Social Empresarial en convenio con la Universidad Metropolitana durante el 2008. La Fundación estimuló la creatividad de los trabajadores de la empresa, con el taller de escritura creativa, dictado por la periodista Milagros Socorro.

Con la misión de desarrollar el capital humano de los venezolanos, Fundación Empresas Polar, continúa planificando y ejecutando programas sociales.

# MARCO METODOLÓGICO

## CAPÍTULO I:

### OBJETIVOS Y MODALIDAD DEL TRABAJO DE GRADO

#### *Objetivo general*

Realizar micros radiofónicos de corte institucional, sobre Responsabilidad Social Empresarial de Empresas Polar.

#### *Objetivos específicos*

- 1.) Investigar las políticas de Responsabilidad Social de Empresas Polar en sus ejes de compromiso social: educación, salud, desarrollo comunitario y actividades institucionales.
- 2.) Identificar las personas de Fundación Empresas Polar responsables de la ejecución de los proyectos y sus beneficiarios.
- 3.) Comprender el impacto positivo de los proyectos desarrollados por Fundación Empresas Polar en el área de educación, salud, desarrollo comunitario y actividades institucionales a mediano y largo plazo.

### *Modalidad del Trabajo de Grado*

De acuerdo a los tipos de investigación sugeridos por la Universidad Católica Andrés Bello, el presente trabajo de grado, pertenece a la Modalidad III: Proyectos de Producción. Submodalidad: proyectos audiovisuales, producciones radiofónicas.

### *Tipo y diseño de la investigación*

El tipo de investigación es exploratoria, porque se pretende dar una visión general y aproximada del objeto de estudio.

El diseño de la investigación es no experimental, porque la investigación se sustenta en la observación directa, entrevistas a las personas involucradas con el tema y búsqueda de información en materiales de archivo.

Durante el desarrollo del trabajo no se realizó control ni manipulación de variables.

## **CAPÍTULO II:**

### **DE LA IDEA AL PRODUCTO FINAL**

La producción de los micros radiofónicos inició con la búsqueda de información sobre los programas de Responsabilidad Social desarrollados por Empresas Polar, en esta primera fase del proyecto, la Licenciada Daniela Egui, gerente de proyectos de Fundación Empresas Polar, indicó la forma en que la Empresa ejecuta su compromiso social en alianza con la Fundación y las áreas de acción en que se desarrollan las políticas de responsabilidad social de la empresa.

Luego se analizó el material institucional producido por Fundación Empresas Polar, que relata el desarrollo de los programas de: educación, salud, desarrollo comunitario y actividades institucionales. Información utilizada para comunicar el mensaje de los micros.

La segunda etapa del proyecto, estuvo dedicada a investigar las características del lenguaje radiofónico, producción de micros y estilo de redacción de los guiones, para luego adaptar el mensaje al medio radio.

#### *Preproducción: estructura de los micros*

Una vez conocido el tema general y las características del medio para anunciar el mensaje, se identificaron los temas para cada micro, partiendo de los ejes de acción de Fundación Empresas Polar y su requerimiento de comunicar un mensaje coherente que destaque el antecedente del compromiso social de la empresa. Por eso se produjo un micro que informa el aporte social que ha realizado Empresas Polar desde sus inicios hasta sus actuales programas en las áreas de: salud, educación y desarrollo comunitario, abordados por separados en un micro. La producción finaliza con un espacio dedicado a las actividades institucionales promovidas por Fundación Empresas Polar.

Luego de identificar los temas, se seleccionaron los programas ejecutados en cada una de las áreas, lo que implicó continuar con la investigación para conocer detalles de los programas.

En una visita al Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania, el nutricionista Jorge Méndez y a la coordinadora de nutrición comunitaria Dayana Medina, explicaron el desarrollo y beneficio de los programas de salud comunitaria desarrollados en “**Cania**”, con esta información se completó el contenido para el micro de salud.

Para reiterar el mensaje de cada producción, se incluyó el testimonio de personas vinculadas a los proyectos desarrollados en cada área. En el micro salud y educación se escucha el testimonio de los beneficiados del programa de atención curativa de “**Cania**” y de Olimpiadas Matemáticas, desarrollado en educación. En los micros: Fundación Empresas Polar, Desarrollo Comunitario y Actividades Institucionales, se escucha el testimonio de los gerentes de estos programas, señalando el aporte social de la empresa. Estos testimonios fueron grabados en entrevistas, realizadas los días: 30 de julio, primero y tres de agosto del año en curso.

Con los temas y la información requerida, se realizó un esquema para ordenar el contenido de la información y redactar con más precisión la idea, sinopsis y tratamiento de los micros. En esta fase, se pautó el tratamiento musical de la producción, utilizando de fondo, respecto a la locución, el tema institucional de Empresas Polar, “Sí se puede”, luego el coro de este tema, para acompañar el mensaje final de los micros.

La segunda fase de la preproducción estuvo orientada a realizar un arqueo de voces, para escoger el locutor de los micros, pautar los días de práctica de locución y grabación. Esta actividad se realizó en el estudio de radio de la Universidad Católica Andrés Bello, con el señor Rubén Darío Rincón.

El día 23 de julio, se realizó la primera práctica de locución, en el estudio de radio de la Ucab, luego se procedió a grabar la locución del micro de educación, con la asistencia técnica del señor Rincón, este micro, fue escuchado y aprobado, por la profesora Carlota Fuenmayor, tutora de este trabajo de grado.

### *Producción*

El día 28 de julio, se realizó la grabación de los cinco micros, en el estudio de radio de la Ucab, con la asistencia técnica del señor Rubén Rincón.

### *Edición y montaje*

Última fase de la producción, realizada en el estudio de grabación: Maxi Studios. Ccs, durante los días 16, 17 y 20 de agosto.

Durante el montaje, se incluyó el testimonio correspondiente a cada micro, se corrigió el nivel de audio, para que exista un equilibrio entre la locución y el testimonio. Luego se musicalizó cada pieza, siguiendo la pauta del guión técnico.

Esta fase finalizó con el proceso de “Rendeo” que es transformar los micros de formato 44.1 a 16 Bits (resolución estándar de equipos caseros) formato: Wap. Este proceso permite escuchar el material grabado en reproductores de sonido. Luego se procedió a copiar en CD’s el producto final, cinco micros radiofónicos, con una duración comprendida entre un minuto treinta segundos y cinco minutos, que comunican de manera amena y entretenida el compromiso social de Empresas Polar.

*Presupuesto*

En el siguiente cuadro se desglosa el costo de la producción.

<b>CÓDIGO</b>	<b>ÍTEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO BSF</b>	<b>TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>01</b>	Material Virgen (CD)	20	170,00	34,00	
	Cartucho impresora	01	130,00	130,00	
	Resma de papel	01	29,00	29,00	
<b>02</b>	Locución		Ad Honoren		
	Producción Estudio de grabación UCAB		Sin Costo		
<b>03</b>	Edición y montaje	09 horas	60,00	540,00	
<b>04</b>	Arte gráfico, diseño de logo	01	Sin Costo		
	Impresión del logo en CD's	05	50,00	50,00	<b>783,00 BsF.</b>

## **CAPÍTULO III:**

# **MICROS RADIOFÓNICOS**

### *Micro 01: Fundación Empresas Polar*

#### *Idea*

Realizar un micro radiofónico que comunique el compromiso social de Empresas Polar a través de los proyectos desarrollados por Fundación Empresas Polar.

#### *Sinopsis*

Este micro promueve el compromiso social de Empresas Polar desde su creación, a través de una narración que señala sus iniciativas sociales, define qué es Fundación Empresas Polar como organización aliada de la empresa; su apoyo a las áreas de: educación, salud y desarrollo comunitario, ejes de acción que fomenta la Fundación para materializar el aporte social de Empresas Polar.

#### *Tratamiento*

La locución del micro es realizada por Oswaldo Koenke, quien narra el contenido de manera enfática, segura y emotiva.

En el primer segmento del micro se da a conocer el compromiso social de Empresas Polar desde sus inicios.

Durante la segunda parte, el locutor presenta a la audiencia qué es Fundación Empresas Polar y las iniciativas desarrolladas en sus tres áreas de acción: educación, salud y desarrollo comunitario, luego se escucha el testimonio de Daniela Egui, gerente de Proyectos de Fundación Empresas Polar, que reitera el aporte social de la Fundación al país y señala su importancia.

La música que acompaña al micro es la versión instrumental del tema institucional de Empresas Polar, “Sí se puede,” para que el oyente relacione la empresa con su Fundación, como organización que ejecuta el compromiso social de la organización. Se utiliza de forma instrumental para darle primacía al mensaje narrado por el locutor.

El micro finaliza, reiterando el apoyo de Empresas Polar y su Fundación, a la construcción de un mejor futuro, al tiempo que se escucha el coro de “Sí se puede”, para enfatizar la acción de Fundación Empresas Polar y lograr mayor retención del mensaje.

La producción tiene una duración de tres minutos, trece segundos.

## Micro: Fundación Empresas Polar

<p><b>1.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 1, TRACK 1, ENTRA DURANTE 5 SEG. PERMANECE DE FONDO, HASTA: COMUNITARIO.</b></p>
<p><b>2.) LOCUTOR</b></p>	<p>Empresas Polar, consciente de su responsabilidad con el país, mantiene un compromiso con la sociedad, generando desde hace más de sesenta años empleo y bienestar para los trabajadores, sus familias y la comunidad.</p> <p>Es por eso, que desde sus inicios, Empresas Polar, promueve proyectos: culturales, agrícolas, ambientales, respalda actividades: educativas, científicas y apoya al sector salud.</p> <p>Para continuar estas iniciativas de progreso y creación de oportunidades, Empresas Polar respalda desde hace 32 años la labor de Fundación Empresas Polar, organización aliada, que se dedica a fomentar iniciativas innovadoras y sustentables, que contribuyen a mejorar la calidad de vida en el país. Fundación Empresas Polar, como promotora del compromiso social de Empresas Polar, desarrolla proyectos en tres áreas de</p>

**3.) LOCUTOR**

acción: salud, educación y desarrollo **comunitario.**

En el área de salud, Fundación Empresas Polar, brinda esperanza, a través del programa donaciones, dirigido a personas que padecen enfermedades graves y fomenta la salud preventiva en el Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania, ofreciendo asistencia a los ciudadanos a través de un servicio médico de calidad.

Crear nuevas oportunidades para niños y jóvenes, a través de la educación, es una de las tareas que cumple Fundación Empresas Polar, desarrollando programas de mejoramiento para docentes, actividades innovadoras para los alumnos y abriendo espacios de formación para jóvenes fuera del sistema educativo.

Fundación Empresas Polar, cree que sí se puede impartir una educación integral y lograr una mejor calidad de vida a través del aprendizaje.

Las comunidades del país, son un grupo importante para Fundación Empresas Polar, en ellas se desarrollan proyectos que permiten mejorar la producción de rubros

<p><b>4.) LOCUTOR</b></p>	<p>propios y así aumentar el nivel de vida del entorno. Con capacitación técnica y el empeño de los ciudadanos por salir adelante, se han consolidado proyectos: agrícolas, pesqueros y artesanales en comunidades cercanas a las plantas de producción de la empresa.</p>
<p><b>5.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 1, TRACK 2, TESTIMONIO, DE DANIELA EGUI.</b></p> <p><b>DESDE: EL APORTE</b></p> <p><b>HASTA: VENEZUELA.</b></p> <p><b>TIEMPO: 30”</b></p>
<p><b>6.) LOCUTOR</b></p>	<p>El compromiso de Empresas Polar, consolidado con los programas desarrollados por su Fundación, se fundamenta en la creencia de que siendo útiles a la sociedad, se participa en la construcción de un futuro mejor.</p>
<p><b>7.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 1, TRACK 2, PERMANECE DE FONDO HASTA EL FINAL.</b></p>
<p><b>8.) LOCUTOR</b></p>	<p>Es por eso, que Empresas Polar y su Fundación, asumen el compromiso de</p>

<b>9.) LOCUTOR</b>	seguir brindando bienestar colectivo al país a través del aporte a los programas de: salud, educación y desarrollo comunitario.
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## *MICRO 02: Desarrollo Comunitario*

### *Idea*

Realizar un micro radiofónico que anuncie el trabajo realizado por Empresas Polar en las zonas cercanas a sus centros de producción y en otras regiones del país.

### *Sinopsis*

Comunicar el apoyo que brinda Empresas Polar a las comunidades, a través de proyectos desarrollados en las localidades de Birongo, Estado Miranda, la Restinga y Chacachare en el Estado Nueva Esparta, y las comunidades al norte de Carora, en el Estado Yaracuy. Destacando el impacto positivo del trabajo sostenido que ha realizado la empresa en estas regiones del país.

### *Tratamiento*

La locución del micro es realizada por Oswaldo Koeneke, quien narra el contenido de manera enfática, segura y emotiva.

El micro inicia al mencionar la forma en que Fundación Empresas Polar realiza su aporte social al país, luego se anuncia el tema del micro, compromiso de Empresas Polar con las comunidades, con locución y efecto propio.

El segmento siguiente, relata la importancia que tiene para la empresa apoyar el desarrollo local, al mencionar algunas de las zonas de atención prioritaria para Fundación Empresas Polar en la ejecución del programa desarrollo comunitario, destacando el aporte social de los proyectos ejecutados en los Estados: Miranda, Nueva Esparta y Yaracuy. Este espacio está acompañado con música instrumental propia de las

regiones mencionadas, para que la audiencia asocie la localidad con el trabajo realizado por Fundación Empresas Polar y lograr mayor retención del mensaje.

En la segunda parte del micro, se escucha el testimonio de Renato Valdivieso, coordinador del área de ciencia, de Fundación Empresas Polar, quien menciona la misión de la Fundación.

El micro finaliza enfatizando las metas del milenio alcanzadas con el desarrollo de los proyectos realizados en las comunidades, mientras se escucha de fondo el coro “Sí se puede”, para reforzar el nexo entre la empresa y el trabajo realizado en las localidades.

El micro tiene una duración de cuatro minutos, 53 segundos.

## Micro: Desarrollo Comunitario

<p><b>1.) LOCUTOR</b></p>	<p>Fundación Empresas Polar, mantiene su compromiso social con el país, al desarrollar de forma continua y sustentable proyectos en las áreas de: desarrollo comunitario, educación y salud.</p> <p>Iniciativas que generan bienestar en los venezolanos.</p>
<p><b>2.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: COMPROMISO HASTA: COMUNIDADES.</b></p>
<p><b>3.) LOCUTOR</b></p>	<p>Compromiso de Empresas Polar con las comunidades.</p> <p>Cuando una localidad participa en su progreso, logra mayor bienestar y calidad de vida, es por eso que Empresas Polar a través de su Fundación, asume el compromiso de incentivar la organización de las comunidades cercanas a sus centros de producción, apoyando la capacitación técnica y promoción de proyectos identificados con la realidad de cada localidad. Para aprovechar la capacidad</p>

<p><b>4.) LOCUTOR</b></p>	<p>productiva de cada zona y conservar sus recursos naturales.</p>
<p><b>5.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 2, TRACK 1, ENTRA DE FORMA BAJA, VA SUBIENDO, DESDE: COMUNIDAD, PERMANECE DE FONDO, HASTA: MUNDO.</b></p>
<p><b>6.) LOCUTOR</b></p>	<p>Desde hace ocho años, Empresas Polar, apoya la producción de cacao a través de un programa de capacitación agrícola, que incentiva la valoración del grano en la <b>comunidad</b> de Birongo, región de Barlovento, Estado Miranda. En esta zona se impulsa el cultivo de cacao, se mejora el proceso de producción, se facilita a los productores herramientas de comercialización y distribución de los chocolates, La Flor de Birongo, considerado uno de los mejores del <b>mundo</b>.</p> <p>El trabajo de la comunidad, ha hecho posible la consolidación de organizaciones comunitarias productivas, como: la Asociación civil chocolates la Flor de Birongo, Cooperativa productores de</p>

<p><b>7.) LOCUTOR</b></p>	<p>cacao Birongo y la planta procesadora de chocolates la Flor de Birongo, construida y dotada por Fundación Empresas Polar, organización que ha logrado el desarrollo económico y productivo de esta zona, como ejemplo del desarrollo local sustentable y auto gestionado por la comunidad.</p>
<p><b>8.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 2, TRACK 2, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: CHOCOLATERA, BAJA HASTA: BIRONGO.</b></p>
<p><b>9.) LOCUTOR</b></p>	<p>La producción de Chocolates la Flor de Birongo, demuestra que empresa y comunidad sí pueden trabajar juntas, logrando aumentar el ingreso económico de los productores, el desarrollo de actividades que mejoren la calidad del cacao y aseguren el abastecimiento de la <b>chocolatera</b>, para seguir generando empleo y bienestar a la comunidad de <b>Birongo</b>.</p>
<p><b>10.) LOCUTOR</b></p>	<p><b>CD 2, TRACK 3, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: FUNDACIÓN, HASTA: EMPRENDIMIENTO.</b></p>

<p><b>11.) LOCUTOR</b></p>	<p>Las zonas de: la Restinga, Chacachare y sus comunidades vecinas, ubicadas en el Estado Nueva Esparta, son protagonistas del desarrollo comunitario, impulsado por Empresas Polar. Para promover el desarrollo integral de las comunidades, <b>Fundación</b> Empresas Polar, enseñó a los vecinos del oriente del país a mejorar rubros artesanales, formular planes de negocios, dotándolos de herramientas de organización y <b>emprendimiento</b>.</p>
<p><b>12.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 2, TRACK 4, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: EMPRESAS, HASTA: COMUNIDADES.</b></p>
<p><b>13.) LOCUTOR</b></p>	<p>Capacitación, que tuvo sus frutos con la ejecución de proyectos productivos de rubros propios, como: Asootra y Asoerizo, organizaciones conformadas por un grupo de pescadoras artesanales de ostras y erizos, que gracias al trabajo sostenido de <b>Empresas</b> Polar, han logrado convertirse en pequeñas empresarias del mar, permitiéndole aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de vida en sus <b>comunidades</b>.</p>

<b>14.) CONTROL</b>	<b>CD 2, TRACK 5, PERMANECE DE FONDO, HASTA: LEÑA.</b>
<b>15.) LOCUTOR</b>	<p>Los habitantes de las comunidades: La Otra Banda, Altagracia y Trinidad Samuel, ubicadas al norte de Carora, viven de una Tradición artesanal de antecedentes históricos, que tiene una fórmula milenaria: la transformación de arcilla en tejas, ladrillos y pisos de diversas formas, realizado completamente a mano y en hornos de <b>leña</b>.</p> <p>Con la intención de fomentar la tradición artesanal de la zona, Fundación Empresas Polar, ha emprendido el proyecto Mejoramiento de la cadena productiva artesanal de tejas y lozas de arcilla.</p> <p>Bajo una administración de desarrollo sostenible, se garantiza la formación técnica de los involucrados en el proyecto, para renovar la producción y comercialización de lozas y tejas, hechas con arcilla de las poblaciones vecinas de Bodegas Pomar y Viñedos Altagracia, ubicadas en el Estado Yaracuy.</p>

<b>16.) CONTROL</b>	<b>CD 2, TRACK 6, PERMANECE DE FONDO, HASTA: ORGANIZADAS.</b>
<b>17.) LOCUTOR</b>	<p>En esta primera etapa de arranque del proyecto, más de 45 familias de artesanos han resultado beneficiadas, al formar parte de una cadena de valor productiva sustentable, que ofrece a la comunidad beneficios económicos, sociales y ambientales.</p> <p>Fundación Empresas Polar, en el área de desarrollo comunitario, ofrece a las localidades cercanas a sus centros de producción y del país en general, oportunidades para mejorar su calidad de vida, a través de la producción de rubros regionales y actividades comunitarias <b>organizadas.</b></p>
<b>18.) CONTROL</b>	<p><b>CD 2, TRACK 7, TESTIMONIO, DE RENATO VALDIVIESO.</b></p> <p><b>DESDE: LA</b></p> <p><b>HASTA: PAÍS</b></p> <p><b>TIEMPO: 8”</b></p>
<b>19.) CONTROL</b>	<b>CD 2, TRACK 8, PERMANECE DE FONDO, DESDE: FUNDACIÓN, HASTA: AMBIENTE.</b>

**20.) LOCUTOR**

Con el desarrollo de los proyectos: Chocolates la Flor de Birongo, fortalecimiento del entorno comunitario de la Restinga y el mejoramiento de la cadena productiva artesanal de tejas y lozas de arcilla, **Fundación** Empresas Polar, suma esfuerzos para contribuir con las siguientes metas del milenio: erradicar la pobreza extrema y el hambre, promover la igualdad entre los sexos, la autonomía de la mujer y garantizar la sostenibilidad del medio **ambiente**.

### *Micro 03: Educación*

#### *Idea*

Realizar un micro radiofónico que informe sobre los proyectos desarrollados por Fundación Empresas Polar en el área de educación.

#### *Sinopsis*

Este espacio sonoro comunica el valor de la educación integral para Empresas Polar y su misión de contribuir al mejoramiento del sistema de enseñanza, a través del desarrollo de los programas: Ciencia en la Escuela, Olimpíadas Matemáticas y Capacitación Técnica para jóvenes fuera del sistema educativo formal.

#### *Tratamiento*

La locución del micro es realizada por Oswaldo Koenke, quien narra el contenido de manera enfática, segura y emotiva.

El micro inicia al mencionar la forma en que Fundación Empresas Polar realiza su aporte social al país, luego, se escucha el tema del micro, compromiso de Empresas Polar con la educación, narrado con locución y efecto propio. El espacio continúa con las características de los proyectos educativos y presenta los programas: Ciencia en la Escuela, Olimpíadas Matemáticas y Capacitación Técnica, alternados con una narración que indica los Estados donde se desarrollan estos planes de formación, sus características y beneficios para los alumnos.

En la segunda parte de la producción, se presenta el programa Olimpíadas Matemáticas, seguido de un testimonio que define esta competencia y ratifica su importancia, desde la experiencia de Ricardo Mathison, ganador de la medalla de oro en las Olimpíadas Recreativas de Matemáticas 2008 y 2009.

El micro finaliza mencionando los proyectos desarrollados en el área de educativa y anunciando los objetivos del milenio logrados con la promoción de la educación, mientras se escucha de fondo el coro “Sí se puede”. Para enfatizar la relación entre la empresa y su Fundación, como promotores de educación integral.

Esta producción tiene una duración de cuatro minutos, 52 segundos.

## Micro: Educación

<p><b>1.) LOCUTOR</b></p>	<p>Fundación Empresas Polar, mantiene su compromiso social con el país, al desarrollar de forma continua y sustentable proyectos en las áreas de: desarrollo comunitario, educación y salud.</p> <p>Iniciativas que generan bienestar en los venezolanos.</p>
<p><b>2.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: COMPROMISO HASTA: EDUCACIÓN.</b></p>
<p><b>3.) LOCUTOR</b></p>	<p>Compromiso de Empresas Polar con la educación.</p> <p>Fundación Empresas Polar, apoya al sistema educativo del país, a través de programas de formación integral, que mejoran la calidad de enseñanza desde los primeros grados y generan oportunidades de estudio para jóvenes no escolarizados.</p>
<p><b>4.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 1, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: EN, HASTA: CAPACITACIÓN.</b></p>

<p><b>5.) LOCUTOR</b></p>	<p>Creatividad e innovación es la fórmula para promover proyectos educativos basados <b>en</b> actividades culturales, recreativas y en la promoción de valores, que faciliten en las aulas de clase un modelo de enseñanza óptimo y divertido, que contribuya a la formación de ciudadanos emprendedores.</p> <p>En los entornos próximos de Empresas Polar y en varios Estados del país, se desarrollan proyectos de educación, para fortalecer procesos de formación y <b>capacitación.</b></p>
<p><b>6.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: CIENCIA, HASTA: ESCUELA.</b></p>
<p><b>7.) LOCUTOR</b></p>	<p>Ciencia en la Escuela.</p> <p>Es la forma de acercar el conocimiento científico, a colegios de educación básica, ubicados en zonas populares de Caracas y en las escuelas cercanas a las plantas de Empresas Polar.</p> <p>El objetivo del programa, Ciencia en la Escuela, es reforzar el modelo enseñanza-</p>

<p><b>8.) LOCUTOR</b></p>	<p>aprendizaje de la ciencia, a través de experimentación e indagación.</p> <p>Permitiendo a los niños desarrollar capacidades de observación, formular preguntas y desarrollar nuevos aprendizajes.</p>
<p><b>9.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 2, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: EMPRESAS, HASTA: ESCUELA.</b></p>
<p><b>10.) LOCUTOR</b></p>	<p>Este programa, comienza con la capacitación de facilitadores y docentes, en el área científica, para que enseñen en las aulas ciencia indagatoria.</p> <p><b>Empresas</b> Polar, a través de su Fundación, lleva tres años apoyando y financiando un proyecto que cambia la forma de enseñar y aprender, Ciencia en la <b>Escuela.</b></p>
<p><b>11.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: OLIMPIADAS, HASTA: MATEMÁTICAS.</b></p>

<p><b>12.) LOCUTOR</b></p>	<p>Olimpiadas Matemáticas.</p> <p>Desde hace cuatro años Fundación Empresas Polar, patrocina las olimpiadas matemáticas, brindándoles la oportunidad de participar en esta aventura del conocimiento, a miles de estudiantes provenientes de escuelas y liceos públicos de todo el país.</p>
<p><b>13.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 3, TESTIMONIO, DE RICARDO MATHISON.</b></p> <p><b>DESDE: LAS</b></p> <p><b>HASTA: ESTUDIO</b></p> <p><b>TIEMPO: 26”</b></p>
<p><b>14.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 4, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: ESTA, HASTA: MATEMÁTICOS.</b></p>
<p><b>15.) LOCUTOR</b></p>	<p>Las Olimpiadas de matemáticas se desarrollan en dos modalidades:</p> <p>Olimpiada Recreativa: para niños cursantes de tercero a sexto grado.</p> <p>Olimpiada Juvenil: para jóvenes estudiantes de séptimo grado, hasta quinto</p>

<p><b>16.) LOCUTOR</b></p>	<p>año de educación secundaria.</p> <p>Los ganadores de la medalla de oro nacional, participan en competencias de matemáticas internacionales, con el apoyo de Fundación Empresas Polar.</p> <p><b>Esta</b> actividad educativa, fortalece la agilidad mental y estimula el pensamiento lógico, en niños y jóvenes, a través de la práctica de ejercicios <b>matemáticos</b>.</p>
<p><b>17.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: CAPACITACIÓN, HASTA: TÉCNICA.</b></p>
<p><b>18.) LOCUTOR</b></p>	<p>Capacitación Técnica.</p> <p>Empresas Polar, con su Fundación, mantiene el compromiso de generar educación integral y de calidad, para jóvenes fuera del sistema de educación formal y sin empleo, a través del programa Fortalecimiento de Formación Técnica Profesional, desarrollados en los Estados Zulia y Sucre.</p>

<p><b>19.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 5, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: ACTIVIDADES, HASTA: LABORAL.</b></p>
<p><b>20.) LOCUTOR</b></p>	<p>En el Centro de Formación profesional San Francisco, en el Estado Zulia, se ofrece capacitación para el trabajo, a través de formación en el área comercial e industrial, con un enfoque integral que incluye talleres en las áreas de: informática, deporte y crecimiento personal.</p> <p>Formación que promueve en los alumnos, mejorar su calidad de vida y alcanzar metas profesionales, a través del aprendizaje.</p> <p>En Guiria, Estado Sucre, se encuentra la Escuela Técnica Popular María Auxiliadora. Fundación Empresas Polar, inició en esta escuela del oriente del país, un programa de capacitación laboral agrícola y de elaboración de objetos artesanales. <b>Actividades</b> que enseñan a los jóvenes oficios que les permiten formar parte del mercado <b>laboral</b>.</p> <p>El apoyo de Fundación Empresas Polar, a</p>

<p><b>21.) LOCUTOR</b></p>	<p>la educación, ha logrado un mejor desempeño de los docentes, alumnos con mayor permanencia en el sistema educativo y jóvenes con oportunidades de iniciar carrera profesional.</p>
<p><b>22.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 3, TRACK 6, PERMANECE DE FONDO, FONDO, HASTA: HAMBRE.</b></p>
<p><b>23.) LOCUTOR</b></p>	<p>Con la ejecución de: Ciencia en la Escuela, Olimpiadas Matemáticas y Capacitación Técnica, Empresas Polar, a través de su Fundación, cumple con las metas del milenio, de: lograr la universalidad de la enseñanza primaria, erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p>

## *Micro 04: Salud*

### *Idea*

Realizar un micro radiofónico que comunique la forma en que Empresas Polar apoya al sistema de salud a través de los proyectos desarrollados en esta área.

### *Sinopsis*

El micro transmite el aporte de Empresas Polar al sector salud, a través del programa de donaciones y la atención nutricional que ofrece el Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, destacando el origen del lugar y los beneficios que aporta a la comunidad de Antímamo el programa de nutrición comunitaria.

### *Tratamiento*

La locución del micro es realizada por Oswaldo Koenke, quien narra el contenido de manera enfática, segura y emotiva.

El micro inicia al mencionar la forma en que Fundación Empresas Polar realiza su aporte social al país, luego se presenta con locución y efecto propio, el tema, compromiso de Empresas Polar con la salud, segmento que hace referencia al programa donaciones, presenta el Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, mencionando su origen y el trabajo que realiza para atender las consecuencias de la malnutrición, a través de los programas: atención preventiva y atención curativa desarrollados en “**Cania**”.

En la segunda parte del micro, se escucha el testimonio de Dialbys Rodríguez, madre de un niño, que recibe atención médica, en el centro de nutrición infantil. El Testimonio comunica lo qué es “**Cania**” para la madre y su vínculo con la institución.

La producción continúa con el aporte del programa nutrición comunitaria, en la formación de líderes comunitarios.

El micro finaliza indicando los programas de atención desarrollados por “**Cania**” y las metas del milenio alcanzadas con el apoyo a la salud, realizado por Fundación Empresas Polar, al tiempo que se escucha el coro “Sí se puede”, para enfatizar el mensaje.

Este micro tiene una duración de tres minutos, 39 segundos.

## Micro: Salud

<p><b>1.) LOCUTOR</b></p>	<p>Fundación Empresas Polar, mantiene su compromiso social con el país, al desarrollar de forma continua y sustentable proyectos en las áreas de: desarrollo comunitario, educación y salud.</p> <p>Iniciativas que generan bienestar en los venezolanos.</p>
<p><b>2.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: COMPROMISO, HASTA: SALUD.</b></p>
<p><b>3.) LOCUTOR</b></p>	<p>Compromiso de Empresas Polar con la salud.</p> <p>Con la intención de brindar mejor calidad de vida en los sectores más desprotegidos de la población, Empresas Polar a través de su Fundación, apoya al sector salud, ofreciendo asistencia médica a personas con enfermedades terminales y atención a la malnutrición.</p>
<p><b>4.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 4, TRACK 1, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: EL, HASTA: MALNUTRICIÓN.</b></p>

**5.) LOCUTOR**

Para contribuir con la atención curativa de la población, Fundación Empresas Polar, auspicia el programa donaciones, brindando atención médica oportuna y gratuita a cientos de personas de escasos recursos que padecen enfermedades severas.

Desde hace más de diez años, Empresas Polar, promovió la creación del Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania, ubicado donde funcionó la primera planta de Empresas Polar, en la parroquia Antímamo de Caracas.

Cania, desarrolla programas educativos y proyectos comunitarios, que atienden la desnutrición y obesidad. Brindando atención médica integral y gratuita a la comunidad.

**El** centro de atención nutricional infantil Antímamo, desarrolla el Programa de atención preventiva, para detectar y atender de forma efectiva los problemas de **malnutrición**.

Prevención y aprendizaje divertido, se conjugan para enseñar a docentes, alumnos, padres y vecinos, técnicas

<p><b>6.) LOCUTOR</b></p>	<p>preventivas de sobrepeso y desnutrición.</p> <p>Para atender los problemas de malnutrición, Cania, ofrece el Programa de Atención Curativa, dirigido a niños y jóvenes que presentan desnutrición moderada o con complicaciones crónicas.</p> <p>En esta fase, nutricionistas, psicólogos y un médico de familia, brindan atención especializada a los pacientes de Cania, bien sea en la modalidad de ambulatorio o seminternado que ofrece el centro.</p>
<p><b>7.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 4, TRACK 2, TESTIMONIO: DIALBYS RODRÍGUEZ.</b></p> <p><b>DESDE: CANIA.</b></p> <p><b>HASTA: OLVIDAR.</b></p> <p><b>TIEMPO: 20”</b></p>
<p><b>8.) LOCUTOR</b></p>	<p>Cania, brinda atención nutricional a las embarazadas, en su mayoría madres adolescentes, quienes aprenden hábitos de alimentación, para prevenir el peso bajo de los niños al nacer y herramientas para el cuidado de sus hijos.</p> <p>El centro de atención nutricional infantil Antímano, consciente de las necesidades</p>

<p><b>9.) LOCUTOR</b></p>	<p>de formación y promoción de líderes comunitarios, organiza desde hace siete (7) años el programa de nutrición comunitaria.</p> <p>Red de formación teórico práctica, que enseña promoción comunitaria de salud, para incentivar la participación activa de promotores comunitarios, aliados de Cania en la prevención de la malnutrición.</p> <p>Cania, promueve la organización y participación de los vecinos para buscar soluciones a sus problemas, a través las herramientas aprendidas en el curso de promotores comunitarios de salud, facilitado por el centro de atención nutricional.</p>
<p><b>10.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 4, TRACK 3, PERMANECE DE FONDO, HASTA AMBIENTE.</b></p>
<p><b>11.) LOCUTOR</b></p>	<p>El apoyo y promoción de la salud realizado por Fundación Empresas Polar, a través de los programas: donaciones, prevención y atención a la malnutrición desarrollado por Cania, alcanza las siguientes metas del milenio: erradicar la pobreza extrema y el hambre, promover la</p>

<b>12.) LOCUTOR</b>	igualdad entre los sexos, la autonomía de la mujer y garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

## *Micro 05: Actividades Institucionales*

### *Idea*

Realizar un micro radiofónico que comunique las iniciativas de apoyo institucional desarrolladas por Empresas Polar a través de su fundación corporativa.

### *Sinopsis*

Este espacio sonoro informa las actividades auspiciadas por Empresas Polar, con la misión de reforzar el tejido social del país, a través del respaldo de eventos que fomentan el crecimiento de las instituciones aliadas.

También se menciona el aporte al crecimiento del capital humano de la organización, por medio de la experiencia del Voluntariado Corporativo y el reconocimiento al trabajo de investigación científica, a través del premio Lorenzo Mendoza Fleury.

### *Tratamiento*

La locución del micro es realizada por Oswaldo Koeneke, quien narra el contenido de manera enfática, segura y emotiva.

El micro inicia al mencionar el aporte social que realiza Fundación Empresas Polar y presenta el tema a desarrollar, actividades institucionales, con locución y efecto propio.

Seguidamente, el locutor presenta las actividades institucionales, a quiénes están dirigidas, su aporte social, y la forma en que la empresa apoya a las instituciones

aliadas. Destacando las actividades del voluntariado corporativo, reiteradas por el testimonio de Gerardo García, coordinador de esta actividad.

Durante la segunda parte del espacio, el locutor menciona el reconocimiento a la investigación científica, premio Lorenzo Mendoza Fleury.

Luego se escucha el testimonio de Renato Valdivieso, coordinador del área de ciencia, de Fundación Empresas Polar, quien indica la importancia del desarrollo de las actividades institucionales, se utiliza este recurso, para enfatizar en la audiencia el mensaje comunicado.

El espacio finaliza con el coro “Sí se puede” al tiempo que se escucha el compromiso de la institución en seguir generando iniciativas para el desarrollo del país.

La producción tiene una duración de tres minutos, seis segundos.

## Micro: Actividades Institucionales

<p><b>1.) LOCUTOR</b></p>	<p>Fundación Empresas Polar, mantiene su compromiso social con el país, al desarrollar de forma continua y sustentable proyectos en las áreas de: educación, salud y desarrollo comunitario.</p> <p>La empresa a través de su fundación, apoya el mejor desempeño de sus trabajadores y de organizaciones aliadas, que trabajan para generar bienestar en las comunidades.</p>
<p><b>2.) CONTROL</b></p>	<p><b>REVERBERANCIA, DESDE: ACTIVIDADES, HASTA: INSTITUCIONALES</b></p>
<p><b>3.) LOCUTOR</b></p>	<p>Actividades Institucionales.</p> <p>Fundación Empresas Polar, incentiva a instituciones a lograr un mejor desempeño profesional, a través de actividades de capacitación integral, dirigidas a empleados de la empresa y organizaciones aliadas que trabajan para reforzar el tejido social del país</p>

<p><b>4.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 5, TRACK 1, PERMANECE DE FONDO, BAJA DESDE: LOCALIDADES HASTA: COMUNIDAD.</b></p>
<p><b>5.) LOCUTOR</b></p>	<p>El objetivo de actividades institucionales, es fortalecer organizaciones que fomentan el desarrollo social de las comunidades, es por eso, que desde hace más de diez años, Empresas Polar, apoya el funcionamiento de la Red de desarrollo social, Redsoc, grupo de instituciones sin fines de lucro, que desarrollan programas sociales para promover el crecimiento económico y cultural de las <b>localidades</b>, a través de empleos productivos, que aumentan el nivel de vida de los trabajadores y su <b>comunidad</b>.</p> <p>Tomando en cuenta, la participación activa de los trabajadores de la empresa en jornadas sociales, se ha creado el programa Sumando Voluntades, Voluntariado Corporativo de Empresas Polar. Actividad que canaliza la cooperación social de empleados activos y jubilados de la empresa, a través de su colaboración en jornadas: ambientales,</p>

<b>6.) LOCUTOR</b>	deportivas, educativas y de salud.
<b>7.) CONTROL</b>	<p><b>CD 5, TRACK 2, TESTIMONIO: GERARDO GARCÍA.</b></p> <p><b>DESDE: EL</b></p> <p><b>HASTA: COMUNIDADES.</b></p> <p><b>TIEMPO: 10”</b></p>
<b>8.) CONTROL</b>	<p><b>CD 5, TRACK 3, PERMANECE DE FONDO, HASTA: NECESITADOS.</b></p>
<b>9.) LOCUTOR</b>	<p>El voluntariado de la empresa, se orienta a fomentar el compromiso social individual y colectivo, promoviendo entre sus trabajadores redes tejidas por la cultura de la solidaridad, que proporcionan bienestar social, en los sectores <b>necesitados</b>.</p> <p>Los valores: integración, respeto e innovación, promovidos por Empresas Polar, se hacen realidad con la entrega del reconocimiento más importante en la comunidad científica de Venezuela, El Premio Lorenzo Mendoza Fleury, galardón que reconoce el trabajo y productividad de los investigadores</p>

<p><b>10.) LOCUTOR</b></p>	<p>venezolanos destacados en áreas de: química, biología, matemáticas y física.</p> <p>Este prestigioso premio, es entregado por Fundación Empresas Polar cada dos años.</p>
<p><b>11.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 5, TRACK 4, TESTIMONIO, DE RENATO VALDIVIESO.</b></p> <p><b>DESDE: EN</b></p> <p><b>HASTA: INNOVADORAS.</b></p> <p><b>TIEMPO: 20”</b></p>
<p><b>12.) CONTROL</b></p>	<p><b>CD 5, TRACK 5, PERMANECE DE FONDO, HASTA: PAÍS.</b></p>
<p><b>13.) LOCUTOR</b></p>	<p>Fundación Empresas Polar, asume el reto, de seguir diseñando proyectos educativos, culturales y científicos, que fortalecen el capital humano de las organizaciones aliadas y de Empresas Polar, para seguir generando obras sustentables que contribuyan con el progreso del <b>país</b>.</p>

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Responsabilidad Social Empresarial es un tema, que amerita su análisis desde los acontecimientos económicos y políticos más significativos del país, hechos que influyeron en la conformación del concepto de Responsabilidad Social que se conoce en la actualidad.

Al igual que en Venezuela, el tema de Responsabilidad Social a nivel global, fue superando etapas y avanzando en sus propuestas de acuerdo al contexto y a las demandas de los ciudadanos, acciones que encausaron a la empresa a revisar su actuación más allá de generar empleo y producción, para diseñar políticas que involucren el negocio con temas de impacto social.

La Responsabilidad Social más allá de un deber, es la posibilidad que tienen las empresas de acercarse a su entorno, a través de programas que proporcionen herramientas de capacitación y emprendimiento a las comunidades, para que en un futuro las acciones emprendidas por la empresa continúen generando beneficios.

Los medios de comunicación, en especial la radio, por sus características de: fácil acceso a los hogares, reiteración del mensaje, emitir un lenguaje sencillo y fácil segmentación, es un medio que sirve de aliado para dar a conocer los programas de Responsabilidad Social que desarrollan las empresas y presentar a la sociedad lo que es, esta política empresarial y los beneficios que genera para la población y la empresa.

Este trabajo, da a conocer el compromiso social de la empresa, desconocido para muchas personas, que identifican a la organización como productora de la reconocida marca de harina de maíz y cerveza. Los micros transmiten al oyente que la empresa patrocina una fundación y que esa fundación desarrolla sus actividades en tres grandes áreas de acción más las actividades institucionales, que ha su vez involucra un portafolio de alianzas internas y externas para generar bienestar en el país.

El Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, “**Cania**”, solicitó el micro de salud, para transmitirlo en el programa de radio (Entre Vecinos) que produce el departamento de comunicaciones de la institución. Para comunicar de manera frecuente

el trabajo de prevención, atención a la malnutrición y formación de líderes comunitarios que realiza el centro.

En cuanto a la producción radiofónica, es muy importante definir la idea desde el primer momento de la producción, investigar para ver si existe soporte referencial que permita desarrollar el guión. En esa fase hay que mantener presente que se escribe para el medio radio, lo que amerita un lenguaje fácil de entender. El mensaje a comunicar debe guiar a la producción en todas sus etapas, pues es este, quien establece el estilo de la narración y el uso de los elementos del lenguaje radiofónico, que debe ser lo más equilibrado posible, para no saturar la producción y comunicar el mensaje con mayor claridad.

Para este tipo de producción, se recomienda el uso de los testimonios, herramienta que le da más credibilidad a la historia narrada en cada micro, al reiterar desde la experiencia, el mensaje comunicado.

De la musicalización del micro dependerá que el mensaje no se pierda entre música y efectos. Esta parte del montaje debe estar asociada a la identidad de la institución que se está anunciando, para que la audiencia identifique de forma más rápida la empresa con la acción desarrollada. Se recomienda utilizar la menor cantidad de efectos, para dejar a la narración y la música de fondo, como hilo conductor del mensaje.

Durante el proceso de montaje se recomienda seguir la pauta técnica establecida en el guión, tener los testimonios identificados desde el principio hasta el final y la música a incluir en los micros; todo esto para trabajar de manera más ordenada, ganar tiempo y obtener un producto final de calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cisneros, H; García E y, Guijarro R (2004). *La empresa y su responsabilidad social*. Caracas: Centro de Divulgación del Conocimiento Económico, CEDICE.
- Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, Medio ambiente.
- Fondo Editorial del Centro Internacional de Educación y Desarrollo [FONCIED]. (2001) *Responsabilidad Social Empresarial en las Américas*. Caracas: PDVSA.
- Francés, Antonio (2007). *Compromiso social: gerencia para el siglo XXI*. Caracas: IESA.
- Fundación Empresas Polar. (2007). Premio Fundación Empresas Polar Lorenzo Mendoza Fleury. Caracas, Venezuela: Autor.
- Fundación Empresas Polar. (2008). Una mirada al desempeño social de Empresas Polar 2007- 2008. Caracas, Venezuela: Autor.
- Fundación Empresas Polar. (2008). Fundación Empresas Polar 30 años. Caracas, Venezuela: Autor.
- Hall, Matos, Fergus, Vredenburg (2005). ¿Es su empresa socialmente vulnerable? *Harvard Business Review*, (83) 2-9.
- La responsabilidad empresarial en el progreso social de Venezuela. (1963). Seminario Internacional de Ejecutivos. Maracay, Aragua.
- Larousse Gramática Lengua Española. (1ª ed). México.
- Méndez, C (2007). *Responsabilidad social de empresarios y empresarias en Venezuela durante el siglo XX* (2ª ed). Caracas: Strategos Consultores.
- Maza, M y, Cervantes C (1994). *Guión para medios audiovisuales: cine, radio y tv*. México: Alhambra mexicana.
- Martín, I (1957) *El guión radiofónico*. Barcelona, España: Freixa.
- Ortiz, M y, Marchamalo, J (1994). *Técnicas de comunicación en radio: La realización radiofónica* (1ª ed). Barcelona, España: Paidós.
- Organización de Cooperación y Desarrollo.

- Pizzolante, I (2004). *El poder de la comunicación estratégica* (6ª ed). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rodríguez, A (2005). *Cómo hacer responsabilidad social empresarial para la gente: manual para la gerencia*. Caracas: Konrad Adenauer Stiftung.
- Tellus Institute (2008, Octubre). *Cómo establecer la RSE en la empresa: etapas de una implementación típica*. Artículo presentado en el Taller internacional de Responsabilidad Social Empresarial. Caracas, Venezuela.
- Yépez, O (1993). *Cuentos y recuentos de la radio en Venezuela*. Caracas: Fundación Neumann.

### *Fuentes electrónicas*

- Acción RSE. (2008). *¿Qué es la RSE? Beneficios para el negocio*. Recuperado en marzo, 15, 2008, de <http://www.accionrse.cl/app01/home/queEs.html>
- Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. (2009). *¿Qué es la responsabilidad social empresarial?* Recuperado en junio, 20, 2009, de [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_g.pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf)
- Conindustria. (2009). *La Responsabilidad Social. Antecedentes y Evolución*. Recuperado en agosto, 22, 2009 de <http://www.conindustria.org/web2005/rrcc/RSNov06/AERS.pdf>
- Empresas Polar. (2008). *Cronología* Recuperado en octubre, 10, 2008 de <http://www.empresas-polar.com/cronologia.html>
- Empresas Polar. (2008). *Nuestra Filosofía. Definición de Éxito* Recuperado en octubre, 10, 2008 de <http://www.empresas-polar.com/empresas2.php>
- Forum Empresa. (2008). *¿Qué dimensiones abarca la RSE?* Recuperado en marzo, 15, 2008, de <http://www.empresa.org/preg1.html>
- Fundación Empresas Polar. (2008). *Nuestra Filosofía. Visión* Recuperado en octubre, 10, 2008 de <http://www.fundacionempresaspolar.org/filosofia.html>
- Fundación Empresas Polar. (2008). *Nuestra Filosofía. Objetivos* Recuperado en octubre, 10, 2008 de <http://www.fundacionempresaspolar.org/filosofia.html>

- Llena, F. (2008). *La responsabilidad social de la empresa. Evolución de Responsabilidad Social de la empresa*. Recuperado en octubre,10,2008, de <http://www.5campus.com/docencia/contmed>
- *Los microprogramas de radio*. (2008). Recuperado en abril, 05, 2008, de [http://cursa.ihmc.us/rid=1175097119921\\_1194494498\\_1676/microprogramas%20radio.cmap](http://cursa.ihmc.us/rid=1175097119921_1194494498_1676/microprogramas%20radio.cmap)

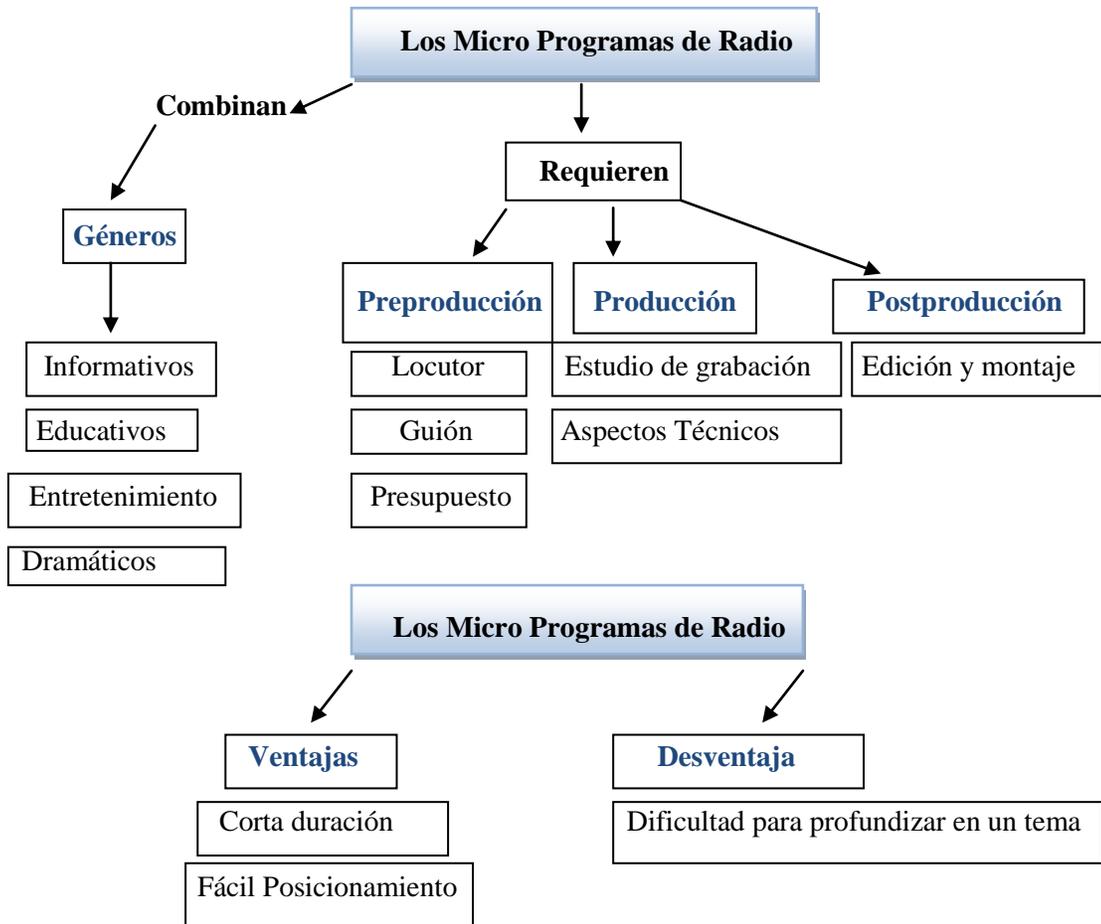
### *Tesis consultadas*

- Carrero, M. (2004). *Responsabilidad social empresarial: caso: IBM de Venezuela*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Chacón, L; y Reyes, A (2005). *El Quijote: una aventura de la mancha a la radio*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Ferraro, N. (1997). *Diseño de un manual práctico de producción audiovisual para la realización de micros corporativos*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- González. A (2008). *Un pequeño príncipe llega a la radio proyecto de adaptación radiofónica de El Principito en formato de micros*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Morales, M. (2007). *Incorporación de la comunicación publicitaria de AIR CANADA al medio radiofónico utilizando micros turísticos*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Salazar, P; y Tedrus R. (2007). *Serie de micros sobre proyectos de responsabilidad social empresarial de la empresa petrolera Sincor*. Trabajo de Grado de Licenciatura, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Sánchez, A. (2008). *Modelo para vincular la responsabilidad social empresarial a las estrategias del negocio*. Trabajo de Grado de Maestría, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

# **ANEXOS**

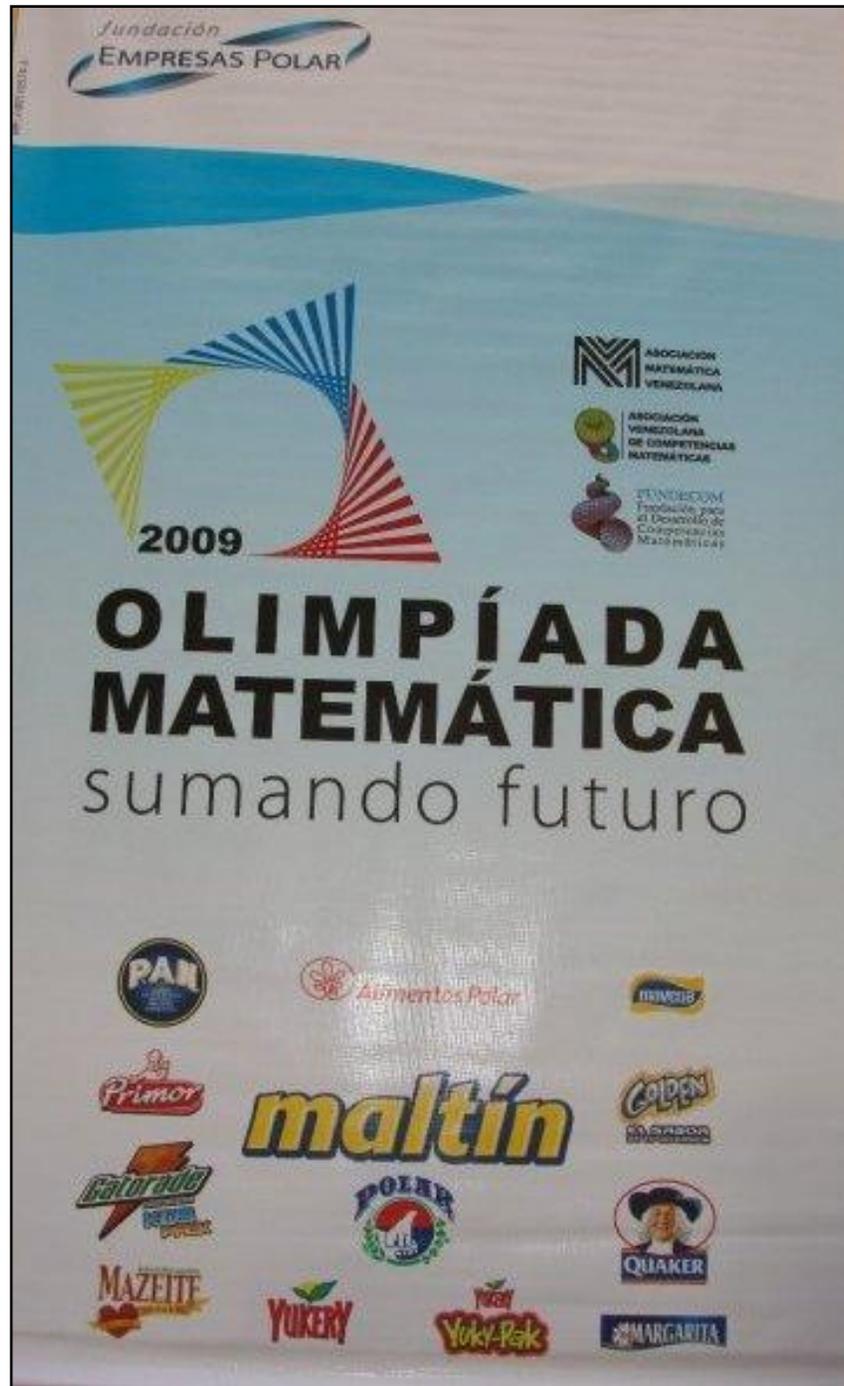
## Anexo 01:

Esquema micro programas de radio.



Anexo 02:

Prueba Nacional Olimpiada Recreativa de Matemática 2009.



Ciudad Guayana. Estado Bolívar. Julio, 2009.

### Anexo 03:

Ricardo Mathison, ganador de la Olimpiada Recreativa de Matemática 2008 y 2009.



Premiación. Ciudad Guayana. Julio, 2009.

## Anexo 04:

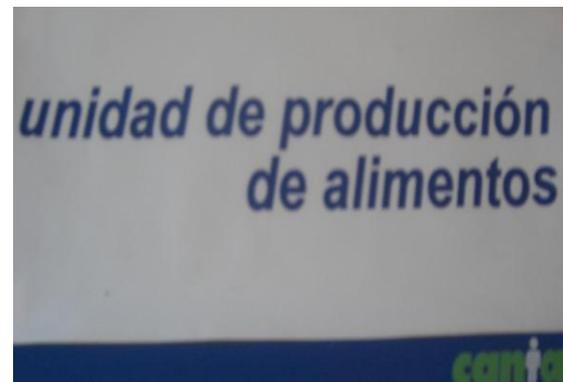
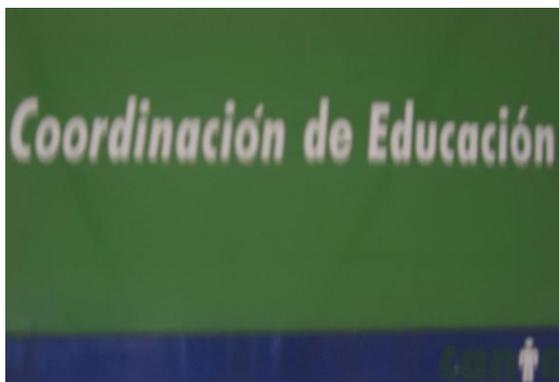
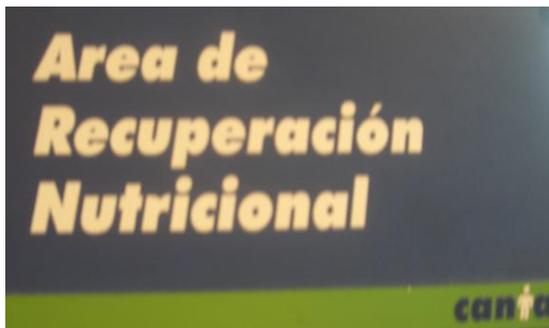
Centro de Atención Nutricional Infantil Antímano, Cania.



<b>cania</b>
<b>Planta Alta</b>
<b><i>Acción Comunitaria</i></b>
<b><i>Auditorio</i></b>
<b><i>Caja</i></b>
<b><i>Centro de Documentación</i></b>
<b><i>Coordinación de Psicología</i></b>
<b><i>Coordinación Social</i></b>
<b><i>Dirección General</i></b>
<b><i>Dirección Médica</i></b>
<b><i>Educación</i></b>
<b><i>Gerencia Administración y Finanzas</i></b>
<b>Planta Baja</b>
<b><i>Antropometría</i></b>
<b><i>Central de Citas</i></b>
<b><i>Coordinación de Guardería</i></b>
<b><i>Guardería</i></b>
<b><i>Nutrición y Dietética</i></b>
<b><i>Pediatría</i></b>
<b><i>Trabajo Social</i></b>

## Anexo 05:

Servicios que ofrece “Cania”.



## Anexo 06:

## Lugares de “Cania”



Sala de juegos, área de recuperación nutricional.



Dormitorio.



Comedor.

## Anexo 07:

Comunicación Personal.

Dayana Medina, coordinadora de Nutrición Comunitaria, Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo.

Lugar: Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo, Cania.

Fecha: 23 de junio 2009.

### **¿Cuál es el aporte de “Cania” a la Comunidad?**

- Sensibilización. El hecho que cada vez haya mayor demanda y más respuesta de las personas es porque hay un sentir, en mi escuela hay niñitos con malnutrición, déjame pedir los talleres. Hemos tenido un posicionamiento importante, como una solución que brinda apoyo a la solución del problema nutricional en las comunidades.

### **Ustedes, a través de los talleres les han enseñado a las personas a ser parte de la solución de los problemas**

- Quizás en un primer momento la primera reacción de la persona que identifica el problema es, vamos a buscar a “Cania” para que nos resuelva este problema, cuando vienen a “Cania” y ven cual es nuestra filosofía de trabajo y ven que nosotros podemos contribuir pero aquí el principal actor eres tú (la persona que busca solución al problema) ha sido como ir sembrando, ir generando ese cambio en la forma de hacer. No es que viene gobierno, viene “Cania” ha resolverme el problema, pero cuando vienen a “Cania” se dan cuenta, nosotros no resolvemos el problemas, te damos las herramientas para que seas tú el que resuelvas el problema.

Eso ha generado un cambio en la cultura de participación y de resolución de problemas.

“**Cania**” no solo apoya con la solución del problema, sino diciendo como la persona va a participar en la solución y eso ha generado que la cambie, que diga yo participo, yo me formo como promotor y puedo diseñar un proyecto.

Los docentes aprenden herramientas para identificar su rol como maestro de escuela y eso ha sido como el principal trabajo, lograr que se cambie la cultura de “**Cania**” como solucionador de problemas al “**Cania**” capaz de aportar conocimientos, herramientas, estrategias para que sea la propia comunidad la que gestione sus necesidades.

### **¿Cómo funciona el programa de promoción comunitaria de salud?**

- En Cania se les imparte formación intensiva teórica, de tres meses luego quedan gestionando sus proyectos en la comunidad, con un seguimiento de Cania y de los asesores, hasta tres meses después que finaliza ese seguimiento presentan el proyecto.

Por lo general el curso tiene una duración intensiva teórica de tres meses y luego viene una fase de acompañamiento mientras ellos ejecutan sus proyectos en la comunidad y finalmente presentan el proyecto, que es el cierre y su graduación como promotores comunitarios.

El programa de nutrición comunitaria tiene seis componentes actualmente, que están en proceso de revisión y de rediseño.

Uno dirigido a la promoción y participación comunitaria, que está a cargo esencialmente de las animadoras comunitarias, lo que es el equipo de abordaje comunitario. Ellos lo que hacen, es que ocho meses antes, en las zonas que se van intervenir comienzan a movilizar a la personas, a identificar líderes, a movilizar a las personas para que se organicen, para que trabajen en equipo, para que trabajen identificando cuáles son sus necesidades y cuáles son los principales problemas que se presentan y cómo poder seleccionarlos. Durante esos ocho meses de movilización ellas (animadoras comunitarias) van identificando a los líderes que son los que invitan formar parte del Curso de Promotores Comunitarios.

Hay entra el segundo componente, que es el de promotores comunitarios, que tiene dos grandes actividades: la formación propiamente dicha de los promotores

comunitarios y un segundo componente importante que es la capacitación continua, un programa de capacitación continúa durante todo el año nosotros (estamos) identificando las posibles áreas de formación en las que ellos se pudieran fortalecer para su que hacer comunitario.

Durante todo el año se establecen alianzas con organismos públicos y privados, allí la responsable es la Licenciada Durantt, ella va a la Defensoría del Pueblo y organiza un curso en relación a la Ley de protección a la familia, que se les facilita a los promotores.

Se hizo una alianza con la escuela de salud pública (te estoy hablando de lo más reciente) con ellos se organizó un curso de atención a personas con discapacidad y así ellos (promotores comunitarios) se van incorporando.

También se dictan talleres de cocina, para ellos aprendan a incorporar en su familia hábitos de alimentación saludables para que también los promuevan en la comunidad.

Hay un plan de formación, de capacitación continua que va paralelo a la formación como tal del promotor comunitario.

### **¿Ustedes apuestas a una formación integral?**

- El equipo de nutrición comunitaria, es un equipo interdisciplinario, que está formado por nutricionistas, un trabajador social, psicólogos y un médico de familia.

Todas las actividades que se hacen tienen ese enfoque integral, tratar que todos aportemos de acuerdo a nuestra área de formación, alternativas, soluciones, de manera que en todas las actividades haya participación de todo el equipo. Por supuesto van haber unas actividades que nos netamente psicosociales, otras de salud y nutrición, sin embargo, se trata que en todas las actividades haya el aporte o la visión del especialista en el área.

### **¿Cuál es la importancia que les das al programa de formación comunitaria?**

- La capacitación de los vecinos y la comunidad permite, y la visión es que permita que ellos (vecinos y comunidad) se conviertan en multiplicadores, que sean unos brazos más de Cania en el que hacer de la comunidad. Estamos

hablando de comunidades muy grandes con diversas problemáticas; en la medida que hayan personas de la propia comunidad comprometidas, con conocimientos, bien sensibilizadas ante el bienestar y la salud integral y además con conocimientos teóricos y prácticos de acción, ellos se van a convertir en multiplicadores y en ejecutores de muchas acciones y estrategias, lo que va poder ampliar el radio de acción de “**Cania**” y contribuir al desarrollo social de sus comunidades propiamente.

**En una frase ¿cómo definirías el programa de nutrición comunitaria?**

- El programa de nutrición comunitaria es una apuesta al desarrollo de las comunidades, es una apuesta a consolidar hábitos de alimentación saludables para que, las comunidades al tener mejor salud desde el punto de vista integral, biológico, psicológico y social pudiéramos tener gente con mayor capacidad de respuesta, con mayor capacidad de solucionar los problemas y eso contribuye al desarrollo general de la comunidad. Eso como ese granito de arena que está poniendo “**Cania**” al desarrollo social sostenible de las comunidades.

Nosotros tenemos una primera área de acción que es movilizar a la gente para la participación y organización comunitaria luego tenemos la formación de líderes y vecinos, luego tenemos acciones directas con instituciones, acciones directas con las escuelas, diseñamos estrategias educativas dirigidas a niños, padres, representantes y docentes, los tres actores claves en las escuelas y también a los directores de esas escuelas. También tenemos la semana de la alimentación, que es una actividad que moviliza mucho a la comunidad en general.

Dentro de la semana de la alimentación hay una olimpiada del conocimiento, concurso de disfraces, concurso de baile, y actividades educativas en aula como tal, son varias actividades dentro de esta misma estrategia.

Tenemos un día en “**Cania**”, niñitos que vienen todo un día al centro, allí se fortalece el área de nutrición salud y el auto cuidado, formación en valores, son las dos grandes objetivos. También talleres dirigidos para padres.

Para los docentes, tenemos el taller: docentes como agentes de cambio, donde de una manera integral, se trata de promover en el docente mayor sensibilización en la

problemática de salud de sus niños, de ejercer su responsabilidad en el cuidado de la salud, se emplean herramientas del cómo hacerlo más allá de qué hacer.

### **¿Cómo se desarrolla la atención preventiva y curativa a la malnutrición?**

- El programa de nutrición comunitaria trata de abordar un poco lo que es la atención preventiva, por eso nos focalizamos en muchas actividades educativas, que ayuden a prevenir la malnutrición. También como tenemos una acción directa en la comunidad identificamos los niños con malnutrición y los referimos a **“Cania”**. Esa es la contribución del equipo de nutrición comunitaria a la parte curativa, identificar el problema y referirlos al centro para que tengan una atención oportuna. Eso es en general el objetivo; nosotros identificamos la problemática, referimos a los niños con malnutrición y mientras tanto, en la medida en que estamos identificando lo que está ocurriendo, vamos diseñando estrategias de intervención para prevenir y atacar el problema que existe. Por ejemplo, nosotros identificamos a través de la evaluación nutricional a las comunidades, que está aumentando de manera importante el sobre peso, entonces nuestras estrategias están dirigidas a prevenir el sobre peso, pero también a dar respuesta efectiva de cómo prevenir la problemática, cómo disminuir esas cifras de sobrepeso, hay está el compromiso, atendemos por un lado, pero también buscamos estrategias para prevenir.

### **¿Cómo se realiza la atención a los niños que tienen sobrepeso, una vez referidos a “Cania”?**

- Cuando entran a **“Cania”** al venir por referencia, pasan por una primera consulta de triaje y la consulta de triaje, que eso es el Programa de Atención, propiamente dicho de **“Cania”**, esa consulta de triaje, deriva al niño de acuerdo al diagnóstico, a las diferentes consultas, aquí hay consultas especializadas para cada problema; hay una consulta especializada en talla baja, sobre peso, y obesidad, hay una consulta especializada en desnutrición, tanto leve como más grave. Hay una modalidad internado y modalidad ambulatoria. Hay una consulta de embarazadas y para niños prematuros.

Entonces dependiendo del diagnóstico, derivan estas consultas y allí cada equipo está conformado por un grupo interdisciplinario que atiende la problemática detectada. También hay la atención de patologías crónicas, es decir los niños que no solamente tienen un problema nutricional, sino que tienen una enfermedad que repercute en su estado nutricional, también se atiende a través del equipo interdisciplinario.

Cania se divide en dos grandes programas: atención y prevención, atención y nutrición comunitaria y desarrollo comunitario, que es el que hacer dentro de la comunidad.

Dentro del área de atención comunitaria, hay dos coordinaciones importantes: gerencia psicosocial, está conformada por trabajadores sociales y psicólogos, que orientan todas sus acciones a atender a todos los niños que están en el centro desde el punto de vista psicosocial.

Gerencia de salud, donde están todos los nutricionistas y los médicos que atienden toda la parte dietética y pediátrica, de nutrición pediátrica de los niños que vienen al centro.

Dentro del área de atención comunitaria, tenemos acciones en las escuelas, en los multihogares y preescolares, con el mismo enfoque, identificar cuál es el problema y diseñar estrategias dirigidas a los diferentes actores claves y así en el día a día ir respondiendo.

Tenemos el proyecto: el multihogar que queremos, en este proyecto, identificamos las necesidades de los multihogares en cuanto al funcionamiento de las áreas: psicosocial, educativa, de nutrición y salud. A través de alianzas, dándole respuestas nosotros mismos y herramientas para que mejoren la problemática del multihogar, en la medida de lo que esté al alcance.

El último componente está relacionado con ambulatorios, allí enfocamos las acciones en tratar de homologar conceptos con el personal de salud de la comunidad. ¿En qué sentido? nosotros atendemos el problema de la malnutrición, lo que hacemos es tratar a través de talleres, encuentros, mesas de trabajo con el personal de salud de los

ambulatorios, más o menos, hablar el mismo lenguaje, que las recomendaciones que estén saliendo de “**Cania**” a la comunidad, sean las mismas que estén saliendo de los ambulatorios a la comunidad, en relación a lo que es la promoción y prevención de la salud, tratamos de que ellos identifiquen y atiendan los problemas, lo que es la malnutrición primaria, de manera efectiva y que refieran para el centro solo los casos de niños con patologías crónicas, o niños con malnutrición severa, que realmente ameritan un espacio de atención.

Con los ambulatorios tratamos de unificar criterios, que el abordaje sea integral, darles herramientas para detectar de forma efectiva la malnutrición y atenderla también de forma efectiva, tanto con los médicos de familia, médicos generales, médicos pediatras , también con los nutricionistas, psicólogos, trabajadores sociales y todo el equipo del centro.

**¿Cuáles crees que han sido los logros o las metas cumplidas del programa de desarrollo comunitario?**

- En general es el posicionamiento de Cania en la comunidad, como una institución que no solamente genera o elabora programas asistencialistas, sino que genera programas que generan participación, que las personas realmente participen en la solución de los problemas que se presentan, eso ha sido un logro importantísimo.

Tenemos una credibilidad y una receptividad importantísima, por parte de las instituciones de la comunidad.

Quizás ha sido muy complejo medir los cambios concretos en estado nutricional o en prácticas de alimentación porque nos ha hecho falta el trabajo de evaluación de impacto; sin embargo, el hecho de que cada vez haya mayor respuesta, cada vez haya mayor número de personas involucradas en la solución del problema, es un logro importante. Cuando tu mides participación a lo largo de los años, el interés de los docentes, las solicitudes de actividades educativas de parte de los padres, de los docentes, de las instituciones como tal, eso es un logro, es una muestra de que se están generando en la comunidad cambios, cambios en participación, cambios en la identificación o

reconocimiento de la problemática y eso es un logro de la importancia del trabajo de nutrición comunitaria o desarrollo comunitario como tal.

Hemos tenido números importante de resultados concretos en cuanto a participación en talleres, en actividades participativas, que demandan de otros distritos sanitarios, o de otras parroquias, de actividades con sus médicos, docentes, padres y representantes. También es un logro importante en cuanto a lo que nosotros estamos generando se está dando a conocer, se está multiplicando, se está dando a conocer afuera y ha permitido que las personas que están sensibilizadas en ese problema sensibilicen a otros ante la problemática y busquen ayuda, sobre todo hacia la sensibilización hacia el problema.

Nosotros tenemos demanda en este momento del curso de promotores comunitarios no solo de Antímano, sino que ya tenemos formados en Catia, Petare, en el Junquito, en Caricuao, en el Vale, se ha ido expandiendo eso, es mucho por la sensibilización, en mi comunidad también hay este problema y yo puedo a contribuir a solucionarlo y entonces piden apoyo de **“Cania”**.

Cania ha consolidado este modelo y ha sido como algo de lo que podemos replicar en otras comunidades, incluso en comunidades rurales, a través del área de extensión, estamos haciendo proyectos con Fundación Empresas Polar en Maturín, hemos facilitado el curso de promotores comunitarios en Sotillo, en el Viñedo en el Estado Anzoátegui. Ha sido algo que ha calado, algo que ha generado bastante respuesta y es perfectamente replicable, eso también es un logro importante, eso es también un logro importante, que tenemos una sistematización de las actividades que perfectamente pueden replicarse en otras comunidades, con cambios mínimos en cuanto al contexto.

## Anexo 08:

Comunicación Personal.

Dialbys Elena Rodríguez Abreu, madre de un niño con parálisis infantil, recluido en “Cania”.

Lugar: Centro de Atención Nutricional Infantil Antímano, Cania.

Fecha: 30 de julio 2009.

### ¿Qué es “Cania” para usted?

- “Cania” para mi es una institución, que es de lo mejor, ayuda a la madre, como a la familia y al niño.

“Cania” para mi es mi otra familia, es la que siempre ha estado con mi hijo y conmigo hay.

Así como me están ayudando a mí que sigan ayudando a otras personas.

“Cania” me ha ayudado a tener paciencia, en que nunca es tarde para que el niño se recupere. Paciencia y constancia en las cosas.

### ¿En qué la ayuda?

- Ayuda hacer los cambios a los niños para que se puedan alimentar bien.

Me gusta más porque trabaja tanto con el niño y también con la familia.

### ¿Cómo se ha beneficiado de los servicios que ofrece “Cania”?

- De muchas maneras, económicamente, me ayuda con el pasaje. Le dan las vitaminas a mi hijo, para mi es de lo mejor, eso no lo hace cualquier institución.

### ¿Qué ha aprendido en “Cania”?

- Ha darle una buena alimentación a mi hijo, tener los horarios de comida para mi bebé, las horas que tiene que acostarse levantarse. Estar como persona, siempre positivamente y no dejarme caer por una simple cosa. Siempre estar con el

motivo de darle comida a mi hijo, de que pueda comer bien. Para no estar con esa preocupación de que el día de mañana no me pueda crecer.

**¿Qué aspectos de tu vida han mejorado con la atención recibida en “Cania”?**

- Mi hijo, cambió totalmente desde que llegó aquí (“Cania”) mi hijo cuando llegó aquí, era un niño apagadito, no hacía nada, cuando ya llega aquí, como hay tantos niños, se incorpora más, se emociona más en comer, cuando ve a los otros niños comiendo, aprendió a masticar, dejó su tetero, que era lo que, la cosa que yo estaba haciendo, que pensé que lo estaba haciendo bien.

**¿Cómo ha beneficiado a su familia y a su núcleo familiar la atención recibida en “Cania”?**

- “Cania” me ha ayudado más que todo porque puedo tratar el problema que tiene mi hijo.

A veces uno se siente sin ánimo de ni nada, y explicando los talleres que dan aquí en “Cania” a tu familia se ve el cambio.

**¿En qué talleres ha participado?**

- En el taller para niños especiales, que lo hice no hace mucho y a veces uno cree como persona que es el único que tiene problemas, sin saber que alrededor también hay personas que también lo tienen. Hay muchos talleres, hasta de comida hacen talleres aquí, te enseñan cómo hacerles las meriendas a tu bebé, variarle la comida con cosas simples.

**¿Qué más has aprendido de los talleres que ahora sientes que puedes aplicar en tu vida diaria de mamá?**

- De esos talleres he aprendido que nunca es tarde para tratar el problema que tiene tu hijo, lo que tu aprenden también se lo puedes enseñar a otras personas, cómo alimentar a su hijo, la hora en que tiene que acostarse, la hora en que tiene que levantarse. Esto me ayuda bastante, porque yo tengo mi sobrino y así oriento a

mi hermana, porque a veces uno hace cosas sin saber, que no debería de hacerlo, como el tetero.

**Una palabra, una frase, de lo que ha significado Cania, en tu vida y en la de tu hijo**

- Amo a “**Cania**”, la quiero mucho, para mí es de lo mejor. A veces que veo a personas con problemas de comer, le digo que vaya a “**Cania**”. “**Cania**” es lo mejor, te tratan el peso bien, la dieta que debes seguir tu hijo. La amo, de verdad que la amo, yo a veces digo que me quiero ir, pero también me quiero quedar. Ya me queda poco tiempo aquí, la voy a extrañar bastante. Después que yo vaya a mi Estado, voy hablar de esta institución porque hay muchas personas que no la conocen y yo la conocí por medio de una amiga. Ahora que estoy aquí no me quiero ir.

**A parte de la atención médica que está recibiendo tu hijo, ¿tú como madre qué atención has recibido de parte de “Cania”?**

- Aparte de la atención médica de mi hijo, uno como madre que a veces se siente decaída tiene la atención de la psicóloga, de las directoras de aquí, como te apoyan, y hasta la misma trabajadora social, que siga adelante, que no pierda la fuerza. Es mi familia, familia que nunca voy a olvidar.

**¿Se puede decir que de “Cania” has recibido apoyo y solidaridad?**

- Sí, mucho apoyo. Las vitaminas de mi bebé que a veces uno como mamá no tiene y yo que vengo desde tan lejos, para mí es un orgullo decir, mi familia, mi familia “**Cania**”.

## Anexo 09:

Comunicación Personal.

Beatriz Carolina Covarrubias Fernández, madre de un niño recluido en “**Cania**”.

Lugar: Centro de Atención Nutricional Infantil Antímano, Cania.

Fecha: 30 de julio de 2009.

### **¿Qué es “Cania” para usted?**

- “**Cania**” me ha servido de mucho, he recibido mucho apoyo, mucha atención he aprendido demasiadas cosas aquí en “**Cania**”. Mi hijo ha alcanzado muchos logros, ahora él, en los horarios de su comida, él no tenía horario y ahora sí, ya mi hijo se sabe todos sus horarios.

“**Cania**” me parece fantástico porque me ha servido de mucho.

### **¿Qué cosas has aprendido en “Cania”?**

- He aprendido los horarios de mi hijo, darle masajes a mi bebé, tenerle mucha paciencia a mi bebé, ser responsable. He aprendido muchas cosas, de verdad.

### **¿Cómo te has beneficiado de los servicios que ofrece “Cania”?**

- Me he beneficiado en todo, porque hasta en la comida me ayudan demasiado aquí, atención, tengo psicología también, el pediatra, el nutricionista, tengo buena atención me gusta.

### **¿Qué has aprendido de “Cania”?**

- He aprendido hacerle los masajes a mi bebé, tenerle mucha paciencia, a ser responsable en todo. He aprendido muchas cosas.

**¿Qué aspectos de tu vida familiar han mejorado con conocer a “Cania” y con todo lo que has recibido de la institución?**

- Sobre mi hijo, siempre he tenido un problemita con mi mami, pero con la ayuda de los psicólogos se ha solucionado.

**¿Cómo definirías “Cania” en tu vida, en una frase, una palabra, lo que ha aportado “Cania” para ti y para la vida de tu bebé?**

- De verdad, no tengo nombre para eso, porque de verdad me ha servido de mucho. Veo como que una familia más.

**¿Qué has aprendido de los talleres realizados en “Cania”?**

- Mucho, me ha servido de mucho, ya que como he participado en muchos talleres, me he adaptado a todo eso, los aplico en la casa, todos los talleres me gustan. De verdad que sí son bien. Me han ayudado demasiado.

**Algo más que quieras decir sobre “Cania” de lo que significa para ti, de lo que has aprendido, de lo que de lo que esperas**

- De verdad, “Cania” me parece fabuloso, me encanta, es como una familia más.

Quiero que sigan así y ayudar a las mamás que no tienen ayuda, de verdad me parece bien, los quiero a todos, me encanta estar aquí con ellos y compartir, porque comparto con muchas mamás, comparto con niños, y me parece bien, es otro ambiente del que yo estaba es otro ambiente, me gusta este.

**¿De las actividades en haces en “Cania” cuál es la que más te gusta?**

- De las actividades.... Comparto más con mi hijo, porque antes no compartía yo nada con mi bebé, ahora sí comparto con él, comparto con todos aquí, me siento muy bien aquí.

## Anexo 10:

Comunicación Personal.

Militza Delgado Luque, madre de un niño recluido en “**Cania**”.

Lugar: Centro de Atención Nutricional Infantil Antímano, Cania.

Fecha: 30 de julio de 2009.

### **¿Qué es “Cania” para usted?**

- “**Cania**” para mi es un centro que me ha ayudado muchísimo, porque cuando llegue aquí a “**Cania**” mi hijo era irritable, irritable, aquí me han ayudado mucho a controlarlo a él, a tener yo paciencia a la hora de darle la comida, todo eso. Me han ayudado muchísimo con la leche, aquí en “**Cania**” me dan la leche, me han dado muchos talleres, he aprendido mucho es esos talleres, cosas que yo ignoraba antes, aquí en “**Cania**” me las han enseñado, me han enseñado como tratarlo a él (hijo) a la hora del baño, a la hora de la comida, tenerle paciencia. En “**Cania**” me han enseñado que tiene que dormir dos veces al día, hacer su siesta, que antes en mi casa dormía a la hora que el quisiera, aquí me han dicho que tiene que tener un horario, un horario de comida, todo. Él se dormía a la hora que quisiera dormir, yo lo dejaba. Aquí en “**Cania**” me han dicho que antes de las nueve de la noche él tiene que estar durmiendo para que puede recuperarse bien.

### **¿En qué talleres ha participado en “Cania”?**

- He participado en los talleres: crecimiento madre e hijo, en dulces sueños (hábitos de sueños) hay nos explican a la hora de dormir, y en muchos más. En multi pediatría nos explican como van ellos (los niños) su evolución y en otros, de pareja, todo lo del hogar. Aquí hacen varios talleres.

**Tú como madre, ¿en qué te has beneficiado de los servicios que ofrece “Cania”?**

- Acá en **“Cania”** me ayudaron para ponerme el aparato, para no salir embarazada muy pronto, porque él (hijo) lo que tiene son nueve meses. Me han ayudado también con la leche, aquí le dan las vitaminas, cuando le mandan u tratamiento para la casa, si lo hay aquí me lo dan para que me lo lleve y le haga el tratamiento en la casa. Cuando llegamos aquí no traemos nada, porque en **“Cania”** nos dan los pañales, shampoo, los jabones, hasta la crema dental para los niños.

**¿Qué has aprendido en “Cania”?**

- He aprendido a como tratar a mi hijo, a tenerle paciencia al bebé, porque antes él no comía y no le tenía mucha paciencia. Aquí en **“Cania”** me han enseñado que tengo que tener paciencia. También he aprendido en los talleres de cocina, que son buenísimos, he aprendido hacerle la compota, a preparar nuevas comidas para él, hasta para mi esposo, para mi misma, todo eso lo he aprendido aquí.

**¿Sientes que tu vida familiar ha mejorado con todas las herramientas aprendidas en “Cania”?**

- Sí, porque donde yo llego, por ejemplo, en mi familia, voy hacer una visita y comento lo de **“Cania”** aprendí en este taller, esto, y lo pongo en práctica con toda mi familia.

**Una palabra o una frase de lo que signifique “Cania” para ti de acuerdo a lo que has recibido y has aprendido.**

- **“Cania”** para mí ha sido una ayuda buenísima. Mi tía me había dicho que llevara a mi hijo a **“Cania”** hasta que me decidí. Me lamenté no haber venido antes,

porque **“Cania”** es bueno, de verdad es bueno, lo recomiendo a cualquier persona que venga.

**Si le tuvieras que contar a una amiga o a una vecina de lo que se hace en “Cania” y lo que has aprendido, ¿qué le dirías?**

- En **“Cania”** te enseñan a tratar al bebé, te enseñan como tratarlo en tu casa, que tienes que hacer en tu casa, como tratar a la familia, tienes que involucrar a la familia con las cosas del bebé. Los baños, la hora de dormir, todo eso me lo han enseñado aquí en **“Cania”**.

## Anexo 11:

Comunicación Personal.

Ricardo Mathison, ganador de la medalla de oro. Olimpiada Recreativa de Matemáticas, años 2008 y 2009.

Lugar: Residencia de Carlota Fuenmayor.

Fecha: 01 de agosto 2009.

### **¿Qué son para ti las olimpiadas matemáticas?**

- Para mí las olimpiadas matemáticas es un programa que incentiva a los jóvenes a aprender esta materia de manera divertida dinámica y así los mismos ven de otra manera la matemática y se entusiasman a aprender más de ella y se hacen competencias con las cuales uno como estudiante se entusiasma más al saber que estas entre los diez primeros de Venezuela o cosas así, es bien significativo para alguien que le guste bastante la materia.

### **¿Qué es lo que más te ha gustado de participar en las olimpiadas matemáticas?**

- Lo que más me ha gustado de participar en las olimpiadas matemáticas, para mí es un reto personal, porque cada vez en la competencia se pone más difícil las pruebas y los problemas; por lo tanto uno tiene que prepararse para ganar, que es el objetivo y también me gusta bastante porque se conoce gente nueva, cuando vas a las nacionales conoces gente de otros Estados y haces programas recreativos para uno pasar un buen rato y divertirse.

He aprendido otra manera de ver la matemática y he aprendido bastante a estudiar, porque uno tiene que prepararse bastante, porque el cambio de las regionales a las nacionales es muy grande, y entonces uno tiene que prepararse bastante y eso me gusta, que haya aprendido estas cosas.

**¿Cómo definirías en una frase las olimpiadas matemáticas?**

- Las olimpiadas matemáticas son: recreación y aprendizaje de la matemática para niños y jóvenes.

**¿Por qué las Olimpiadas Matemáticas son una oportunidad para niños y jóvenes?**

- Las Olimpiadas de Matemáticas es una oportunidad para niños y jóvenes porque nos ayuda a desarrollar nuestra mente y ver de otra manera la vida, para el día a día. Permite hacer fácilmente cosas que no podríamos hacer, porque también ningún tipo de aprendizaje es malo y es ganancia. También porque esto te da imagen, porque tu cuando dices que participaste en la Olimpiadas Nacionales y estás entre los 20 primeros, 10 primeros en Venezuela, uno dice oye, este sabe, y eso se ayuda a buscar trabajo o lo que sea.

El haber participado en las olimpiadas matemáticas me ayudó a tener nuevos conocimientos matemáticos y tener más responsabilidad y disciplina a la hora del estudio.

## Anexo 12:

Comunicación Personal.

Renato Valdivieso, coordinador del área de Ciencia y Premio Lorenzo Mendoza Fleury.

Lugar: Fundación Empresas Polar.

Fecha: 03 de agosto 2009.

### **¿Cuál es la intención del premio Lorenzo Mendoza Fleury?**

- El premio tiene dos objetivos fundamentales; un objetivo general, que tiene que ver con la valorización de las actividades de investigación científica en el país, por parte de la sociedad venezolana. Es decir, que a través de esta actividad, el premio, la sociedad venezolana se entere de lo que los científicos en Venezuela están haciendo y son capaces de hacer y que reconozcan la importancia de esa actividad para el desarrollo del país, para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

Y por el otro lado, como estímulo y reconocimiento a la actividad que desarrollan los hombres y mujeres venezolanos, que se dedican a la actividad científica, con su esfuerzo a avanzar en la frontera del conocimiento. Estos dos son los objetivos fundamentales, que el premio Fundación Empresas Polar, Lorenzo Mendoza Fleury, percibe. A través de esta actividad, no solamente se logran, se perciben estos dos objetivos, sino que a través de esta actividad la sociedad venezolana identifica nuevos valores, identifica nuevos valores, nuevos referentes, identifica patrones a seguir. Entonces la juventud estudiosa venezolana se refleja en estas personas, los premiados, como la referencia, como ejemplos a seguir y eso es otro valor agregado de la actividad, crea nuevos referentes para la sociedad venezolana, para la juventud estudiosa fundamentalmente.

Eso en cuanto a los objetivos básicos, a los objetivos generales del premio, obviamente en Fundación Empresas Polar, se concatenan toda una cantidad de actividades alrededor del premio, no solamente desarrollando micros, libros, folletos que reflejan cada dos años la actividad, que reflejan cada dos años el resultado, no

solamente la premiación, sino la actividad en general, que además sirve como hilo conductor para desarrollar toda una cantidad de actividades que buscan el mejoramiento de la enseñanza de la ciencia en la educación en general, desde los más chiquitos hasta la universidad, y es por eso, que nosotros tenemos todo un programa de mejoramiento de la enseñanza de la ciencia y fundamentalmente en la escuela, no solamente con programas de atención e intervención directa y permanente en las escuelas, sino con la publicación de materiales impresos de distribución masiva y gratuita. En el primer aspecto, nosotros llevamos un programa, que se llama Ciencia en la Escuela, en asociación con la Academia de Ciencias Físicas Matemáticas y Naturales de Venezuela, mediante el cual estamos desarrollando e implantando un modelo de enseñanza de la Ciencia basado en la indagación y experimentación. Lo estamos haciendo en escuelas de barrios populares de Caracas y próximamente este año que viene vamos estar además de Caracas, en la ciudad de Valencia, en la ciudad de Cumaná y en otras poblaciones del Estado Miranda.

Por parte de la producción de materiales impresos, nosotros hemos venido desde el año 2004, desarrollando, desarrollando un programa de publicaciones en convenio con el diario últimas Noticias. Hemos hecho una serie de colecciones que están orientadas al niño y al estudiante, pero también al maestro y al profesor. Como está encartado en un diario de circulación nacional, tratamos de desarrollar y producir esa información de modo que pueda ser también de interés para cualquier lector, en este caso, para la familia que es muy importante.

Entonces, esas son digamos, las dos actividades que junto con el premio y otros programas que desarrollamos en el área de la educación conforman como un continuum de promoción y de estímulo a el estudio, al mejoramiento de la educación y atener en el país una ciencia y tecnología más útil, importante, bien estructurada que resuelva no solamente los problemas de la sociedad venezolana, sino que al mismo tiempo, y eso forma parte también del para qué y por qué de que los países desarrollen ciencia, tengan una capacidad científica y tecnológica importante, porque en esa medida, también y eso es un circulo vicioso, también podrán haber mejores profesores, mejores formadores a todos los niveles; y sí hay mejores profesores, mejores formadores, la educación tiene un impacto y una eficiencia mucho mayor y eso genera un círculo virtuoso, donde haya más

gente en la medida que reciba una mejor formación que puedan orientarse hacia el estudio de las disciplinas de la ciencia, la tecnología, la ingeniería, son disciplinas fundamentales para el desarrollo del país, son más costosas, a veces tienen alrededor de ellas un halo negativo, de que son complicadas, difíciles, etc. Pero con unos mejores métodos de enseñanza, cada vez más, esos mitos se van disolviendo y es evidente, que en la medida que un país cuenta con una capacidad científica y tecnológica superior, en esa medida y así lo demuestran las estadísticas internacionales del desempeño de las sociedades, esos países tienen mejor calidad de vida, mejor indicadores de desarrollo humano, etc. Por esa razón hay que estimular y promover el estudio de la ciencia, de las carreras científicas y tecnológicas y por lo tanto no solamente estimularlo y promoverlo, sino buscar mecanismos para mejorar cada vez más la educación, porque en la medida que tengamos una mejor educación y en particular, una mejor educación y formación en ciencia y en matemática, habrá mayores interesados en dedicarse a estas disciplinas y por lo tanto tenemos premiados que celebrar. Es un concatenamiento de actividades y programas que tienen, ese fin, contribuir al desarrollo del país.

### **¿Cuál es la importancia de las actividades institucionales?**

- La misión de Fundación Empresas Polar, en resumidas cuentas servir al país y si bien nosotros tenemos un foco de acción bien definido: educación, salud, desarrollo de comunidades, nosotros complementamos esa actividad, por una parte, con un esfuerzo sostenido alrededor de las comunidades aledañas a los centros de producción, las plantas y las agencias de distribución de nuestros productos.

También desarrollamos actividades en beneficio de la colectividad, en beneficio del país en su conjunto y entonces, desarrollamos actividades, que llamamos Actividades Institucionales, que están dirigidas u orientadas a la sociedad en su conjunto, al país en general, entonces en cada uno de esos ámbitos, incluido el área de educación, hay actividades institucionales, actividades que van dirigidas a todo el país. Por ejemplo, cada uno de estos programas, el premio, es una actividad que llamamos nosotros internamente institucional, porque es una actividad que va dirigida a la sociedad en su conjunto, al país en general. Pero también, por ejemplo, apoyamos programas como las

Olimpiadas Matemáticas, las Olimpiadas Matemáticas, son también para todo el país, para todos los niños, niñas y jóvenes que quieran participar. Por el otro lado están las otras instituciones asociadas a Empresas Polar, como la casa de Estudios de la Historia de Venezuela, popularmente llamada la Casa Veroes, la casa Alejo Zuloaga en San Joaquín, el centro nacional de artesanía en San Joaquín. Son actividades que si bien tienen vida propia, forman con Fundación Empresas Polar, son la expresión del compromiso social de la empresa en su conjunto. Son Actividades institucionales y la importancia que ellas tienen, es que complementan, sirven de soporte y complemento al fortalecimiento del tejido social venezolano, con respuestas, proyectos, con acciones innovadoras que permiten de alguna forma que la sociedad actúe de manera organizada, siempre buscando la posibilidad, que en esas comunidades se desarrolle una mejor organización para la acción, que esas actividades tengan de alguna forma la posibilidad de incrementar los ingresos de esas comunidades, de manera que puedan ser sustentables, que una vez que la intervención de algunos de los proyectos o programas de Fundación Empresas Polar cesa, es decir que van atender a otras localidades, eso permanece en el tiempo, porque es sustentable, porque se mantiene por sí mismo, y esa son digamos, premisas de cada una de las actividades que Fundación Empresas Polar emprende, porque no solamente estamos claros en que no somos el estado, esto es una Fundación privada, no competimos tampoco con el Estado, simplemente se complementa la acción social del estado, en donde nos es permitido, o estimulamos y promovemos actividades sociales en comunidades y eso lo hacemos no solamente con los programas formales, sino también con estas Actividades y estos programas Institucionales, que tienen un ámbito de acción más general, más global, en todo el país.

### Anexo 13:

Comunicación Personal.

Daniela Egui, gerente de Proyectos. Fundación Empresas Polar.

Lugar: Fundación Empresas Polar.

Fecha: 03 de agosto 2009.

#### **¿Qué es Fundación Empresas Polar?**

- Fundación Empresas Polar es la expresión del compromiso social de Empresas Polar hacia las comunidades cercanas a nuestras operaciones, cercanas a las plantas de nuestros tres negocios, que son: el negocio de cerveza y malta, el negocio de Pepsicola y bebidas no carbonatadas y el negocio de alimentos.

#### **¿Por qué es importante el trabajo de Fundación Empresas Polar?**

- Es importante acompañar a las personas en situación más vulnerable y ayudarlos a que desarrollen capacidades y puedan tomar el destino en sus manos y puedan lograr cambios significativos en la calidad de vida de sus comunidades y sus familias, es importante apoyar a los docentes y a los estudiantes, específicamente en caso de Fundación Empresas Polar, en el nivel de educación básica; a los docentes para que mejoren su desempeño y a los niños para que igualmente mejoren su rendimiento y permanezcan en el sistema de educación formal .

Nuestros esfuerzos están dirigidos fundamentalmente a dejar capacidades instaladas en las personas cuando trabajamos en el área de Desarrollo Comunitario y a mejorar el desempeño tanto de los docentes como de los alumnos de educación básica en las escuelas venezolanas.

**Pensando un poco en las personas que no están relacionadas con el trabajo que hace Empresas Polar en una frase ¿cómo le podrías resumir la labor que ustedes hacen con las comunidades, en bienestar del país en general?**

- Nosotros usamos una frase aquí en Empresas Polar que traduce mucho el trabajo que hacemos y como lo hacemos, nosotros siempre decimos que bailamos pegao con Venezuela y eso traduce efectivamente que nuestro compromiso es por un lado, estar cerca de quien más nos necesita, pero por otro lado, estar cerca entendiendo realmente cuáles son las necesidades de esas personas, de esas comunidades, de esos grupos organizados. Por eso es que esta empresa, a lo largo de casi setenta años de vida, y esta fundación a lo largo de 32 años de vida han ido evolucionando, ambas, para adaptarse a las realidades del país, para adaptarse a las necesidades de las personas que atendemos y cuyas vidas queremos ayudar a mejorar.

### **¿Qué motiva a Empresa Polar a trabajar con las comunidades?**

- Lo que motiva a Fundación Empresas Polar a trabajar con las comunidades es acompañar a las personas en su desarrollo, apalancando las capacidades que las personas tienen para que esas personas logren tomar en sus manos la posibilidad de cambiar, es un poco esa metáfora de no dar el pez, sino enseñar a pescar, al final lo que nos interesa es que si nosotros empezamos un proceso de capacitación y crecimiento con las comunidades, el día que nosotros no estemos, esa comunidad pueda seguir sola y su desarrollo siga siendo sostenible hasta el último día de las vidas de esas personas y de esa comunidad, de generación en generación. Eso es lo que nos motiva, dejar capacidades instaladas, dejar a las personas, que sean ellos los responsables únicos de que sus vidas sean mejores, que se sientan protagonistas de su destino, y que no sea entonces esta institución, la que al final del día, sea responsable del cambio, el cambio es posible, solo sí la gente quiere cambiar, nosotros lo único que hacemos es facilitar los medios para que las personas cambien, para que las personas logren cambios en sus vidas y es eso, es acompañar a las comunidades para que logren ser independientes, para que nosotros no tengamos que estar de por vida en las comunidades, sino que sean esas comunidades las que por sí solas caminen.

### **¿Qué aporta Fundación Empresas Polar a las comunidades y qué ha recibido Fundación Empresas Polar de las comunidades?**

- Fundación Empresas Polar, aporta a las comunidades recursos económicos por la vía de capacitación, por la vía del acompañamiento técnico, por la vía del aprendizaje en temas que son importantes para estas comunidades; y a cambio hemos recibido mucho reconocimiento de las comunidades, por supuesto una gratitud importante, porque definitivamente cuando, las personas reciben de Fundación Empresas Polar alguna ayuda, o algún soporte, para llevar a cabo proyectos para desarrollar ideas, implantar mejoras, eso por supuesto que lo agradecen, y es parte de que nosotros seamos preferidos como empresa, no solamente porque los productos que hacemos son de la mejor calidad y el acompañamiento que hacemos en las comunidades sea de la mejor calidad posible y que los resultados que se obtengan sean de la mejor calidad posible y haya esa relación de ganar-ganar entre la comunidad y la empresa, no puede haber empresa saludable ni sostenible, si las comunidades no son saludables, ni el desarrollo de esas comunidades es sostenible, es una fórmula mágica, ganamos nosotros como empresa y ganan las comunidades y se crea un círculo virtuoso que es lo que permite que las empresas sigan existiendo y sigan cumpliendo su razón de ser y sigan extendiendo, parte de lo que reciben de las comunidades a esas comunidades.

## Anexo 14:

Comunicación Personal.

Gerardo García, coordinador Voluntariado Corporativo.

Lugar: Fundación Empresas Polar.

Fecha: 03 de agosto 2009.

### **¿Qué es el Voluntariado Corporativo?**

- El Voluntariado Corporativo es el programa que tenemos aquí en la organización de Empresas Polar, que en Fundación Empresas Polar, estamos arropando todo el tema de lo que es el diseño, la estructuración, los lineamientos, el portafolio de actividades, de cómo se va conformando el programa directamente en todas las localidades y básicamente, es la oportunidad que tienen nuestros trabajadores que forman parte de la empresa, incluso con sus familiares, de poder llevar actividades, de poder a través de acciones de actividades bien estructuradas un aporte a las comunidades donde estamos presente

### **¿Qué valores promueve el Voluntariado Corporativo?**

- Los valores y principios del programa son exactamente los mismos de la organización; básicamente tenemos la organización, el respeto mutuo, el valor de la alegría de las cosas bien hechas, de la solidaridad, hay varias cosas que están en la filosofía de la empresa y lo que queremos con el programa es reforzar todo ese tema de poder aportar hacia las comunidades, hacia personas que no tienen todas las ventajas, que incluso nosotros podemos apoyarlos en algunas partes de su desarrollo.

### **¿Qué programas o actividades se desarrollan dentro del Voluntariado Corporativo?**

- Las áreas principales que estamos trabajando, son: deporte, ambiente y educación dentro del Voluntariado Corporativo y también vinculadas a las áreas

del negocio, que es básicamente lo que nosotros hacemos como organización que son el temas de alimentos y bebidas, también tenemos el tema de alimentación en alianza con “Cania” que es como un hijo de Polar, y por supuesto todo el tema de nutrición y buena alimentación va atado desde ese punto de vista, y el caso de consumo responsable, estamos trabajando ya bajo lineamientos corporativos de lo que está realizando consumo responsable, ver como podemos insertar el trabajo de voluntarios también.

### **¿Qué otros factores salen beneficiados de las actividades del Voluntariado?**

- Parte de lo que busca el programa, aparte de estas cinco áreas que te he comentado que trabajamos y evidentemente en las comunidades, es poder aunque sea con un pequeño granito de arena, sembrar esa posibilidad de desarrollo en las comunidades. Nuestro Voluntariado a diferencia de otros programas de voluntariado corporativo, es un poquito más exigente, cuando decimos más exigente, es que el voluntario debe estar involucrado en la actividad, debe implicar una acción de la persona, no es sencillamente un aporte económico, o un apoyo puntual de traer un juguete, ese tipo de cosas, sino que el personal de la empresa, a través del programa, pueda accionar, pueda donar su tiempo, su talento, que él esté involucrado con las comunidades, para que se contacte también con estas comunidades y poder fortalecer así el temas de organización en las comunidades; parte de lo que nosotros promovemos es que cuando vayamos salir hacer voluntariado, y por eso todo el tema de diseño de portafolio lo hagamos principalmente con instituciones o grupos organizados en la comunidad, bien sea con las escuelas, con los concejos comunales, cas de la cultura, centros deportivos, porque de esa forma podemos promover y fortalecer ese capital social en las comunidades y dejar un aporte más allá de la acción que estamos realizando.

### **Aproximadamente ¿cuántos trabajan en alianza con otras instituciones?**

- El programa, como programa instituido, tiene menos de un año en accionar, aunque tenemos más de cinco años trabajando en diferentes actividades

puntuales. El programa Voluntariado Corporativo apenas arrancó en octubre del año pasado y para la fecha de octubre, hasta el día de hoy, tenemos 462 voluntarios que han participado en las actividades, hemos trabajado en alianza con más de 30 organizaciones, tenemos casi cinco mil beneficiarios, tenemos más de cinco mil horas de voluntariado, tenemos más de 300 voluntarios capacitados en nuestro programa de formación de voluntarios, en realidad, son unos números bien interesantes, para ser el primer año nos esperamos mucho menos, queríamos comunicar, incentivar a la gente, pero nos hemos dado cuenta que precisamente la gente está sensibilizada con el tema y están como ávidos y esperando una oportunidad para hacerlo. Algo que siempre decimos nosotros cuando ven los videos de Fundación, pues la gente se le salen las lágrimas, se ponen muy contentos, que bueno lo que hacemos, pero al final dicen qué puedo hacer yo para contribuir a eso, precisamente el programa Voluntariado, es la herramienta inmediata que tienen cada una de las personas para ejercer su ciudadanía, para aportar, para estar vinculado a las comunidades, para salir en los videos. Eso al final ha motivado muchísimo que la gente con sus propias manos y su propio talento pueda dejar algún aporte a las comunidades.

**Pensando un poco en las personas que no están vinculadas con el trabajo de Fundación, que a grosso modo conocen, ¿cómo le contarías, cómo definirías el programa de Voluntariado Corporativo en una frase?**

- Es mágico, el Voluntariado Corporativo es mágico porque nos ayuda a descubrir cosas que no sabíamos que teníamos dentro de nosotros y con pequeñas acciones podemos lograr grandes cambios en las comunidades. Como lo dice cualquier persona que ha trabajado de voluntario, finalmente el voluntario no recibe nada material, nada económico, el voluntario es quien más recibe, en esa oportunidad del dar, del compartir con la gente, de ver la sonrisa de las personas, se trae muchísimo consigo, yo siento que es mágico poder resumir mucho de esa experiencia de ser voluntario.

**Insertando este programa de Voluntariado Corporativo en las actividades institucionales de Fundación, ¿cómo definirías este marco de actividades institucionales que lleva adelante la empresa?**

- Esta es una de las pocas actividades que tenemos, que a raíz de dos o tres años, ese acercamiento de Fundación Empresas Polar, con la empresa, con lo que es el negocio y poder construir cosas juntas aprovechando lo mejor de cada uno de los mundos, por decirlo de alguna forma. En este caso, nuestra coordinación de Fundación Empresas Polar, desde la parte institucional ha ofrecido todo el tema, todo el talento, toda la experticia social, todo el conocimiento, toda la metodología, incluso nosotros lo llamamos tecnología social puesta al servicio de los negocios. Al final la gente de los negocios tiene su rol, tiene sus funciones, que es producir cada día más con mayor calidad, en mejores tiempos, hacerlos más accesible a las personas y lo que nosotros podemos ofrecerles desde esta coordinación es un programa que ellos puedan aplicar lo más sencillo posible y con alto impacto para la comunidad. Desde ese punto de vista, la Fundación digamos, refuerza y va actualizando sus conocimientos tanto del negocio como de las comunidades y por otra parte la empresa se ha beneficiado con la experticia social de la Fundación al poder ejecutar programas de alto impacto social a través de las personas que laboran en los negocios.