

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL (PECO) PARA LA FUNDACIÓN “LA
COMPAÑÍA HUMANA” Y SU PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL (RSE) EN EL HATO CORRALITO**

Autor:
Hartmann, Deborah

Profesor coordinador:
Moreno, Marianna

Aprobación del Tutor

Quien suscribe Marianna Moreno, profesor coordinador del Trabajo Final de Grado “PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL (PECO) PARA LA FUNDACIÓN “LA COMPAÑÍA HUMANA” Y SU PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL HATO CORRALITO”, elaborado por Deborah Hartmann, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas, a los 7 días del mes de marzo de 2016

Nombre:

(Firma):

Tutor

Agradecimientos

Agradecimientos especiales por su apoyo y colaboración a todos los integrantes de LCH, en especial a Sol Rivero y Fabiola Inostroza, a los representantes por parte INVEGA Michael Hunter y Desiree Rodríguez por su disposición en recibir la idea de que un tesista apoyara con la elaboración de un PECO, para ayudar con la estrategia de su plan de responsabilidad social empresarial.

A mi familia, quien me apoyo en todo momento durante el proceso de la elaboración de este PFC, y que siempre me recordó que, ningún trabajo es imposible, si le pones dedicación y constancia para de hacerlo bien.

Y finalmente, quisiera agradecer a Marianna Moreno, tutora académica de este PFC, quien sin importar la hora siempre me respondió a cualquier duda que se me presentara.

Derecho De Autor

Quien suscribe, en condición de autor originario del trabajo titulado “PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL (PECO) PARA LA FUNDACIÓN “LA COMPAÑÍA HUMANA” Y SU PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL HATO CORRALITO”, declara que: cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho de autor de contenido patrimonial que me corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta sesión patrimonial comprenderá el derecho para la universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi personal salvo los créditos que se deban hacer al tutor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

Nombres: Deborah Andreina

Apellidos: Hartmann La Rosa

C.I: 21.290.476

Tabla de contenido

1 RESUMEN	8
2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	10
2.1 DESCRIPCIÓN	10
2.2 INTRODUCCIÓN	10
2.3 JUSTIFICACIÓN	12
2.4 MOTIVACIÓN	12
2.5 PROBLEMA QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR	13
2.6 TIPO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA ABORDADA	13
3 MARCO CONTEXTUAL (CITAR)	15
GRUPO EMPRESARIAL MALDONADO (GEM) E INVERSIONES VENEZOLANAS GANADERAS (INVEGA) BREVE RESEÑA HISTÓRICA.	15
FUNDACIÓN LA COMPAÑÍA HUMANA (LCH) SEMBLANZA	17
3.1 MISIÓN DE LCH	17
3.2 VISIÓN DE LCH	18
3.3 VALORES DE LCH	18
3.4 ANTECEDENTES DE “LA COMPAÑÍA HUMANA”	19
4 ORGANIGRAMA	24
4.1 ORGANIGRAMA INVEGA	24
4.2 ORGANIGRAMA LCH	26
5 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	27
5.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN INVEGA Y LCH	28
5.1.1 COMUNICACIONES INTERNAS:	29
5.1.2 COMUNICACIONES EXTERNAS:	29
6 ESTRATEGIA	31
6.1 CONSIDERACIONES PRELIMINARES	31

6.1.1	NARRACIÓN DE LOS EVENTOS QUE ORIGINAN EL PROBLEMA A SER ANALIZADO EN ESTE PFC	31
6.2	METODOLOGÍAS ADOPTADAS Y AUTORES CONSULTADOS	32
6.2.1	METODOLOGÍA, ESTUDIO: COMUNICACIÓN INTERNA LCH	33
6.2.2	EJECUCIÓN: COMUNICACIÓN INTERNA LCH	34
6.2.3	DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS: COMUNICACIÓN INTERNA LCH	34
6.2.4	METODOLOGÍA, ESTUDIO: COMUNICACIÓN EXTERNA LCH	35
6.2.5	EJECUCIÓN: COMUNICACIÓN EXTERNA LCH	35
6.2.6	METODOLOGÍA, DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS: COMUNICACIÓN EXTERNA	39
7	<u>ANÁLISIS DOFA</u>	40
7.1	CONCLUSIONES DE LA DOFA	40
8	<u>MENSAJE QUE SE DESEA TRANSMITIR</u>	41
8.1	ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA	41
8.1.1	ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA EXTERNA	41
8.2	EFECTO QUE QUEREMOS LOGRAR EN LA AUDIENCIA	42
8.2.1	EFECTO QUE QUEREMOS LOGRAR EN LA AUDIENCIA EXTERNA	42
8.3	CONTENIDO QUE DEBE TRANSMITIR EL MENSAJE	42
8.3.1	CONTENIDO QUE EL MENSAJE EXTERNO DEBE TRANSMITIR	42
8.4	MEDIOS IDÓNEOS PARA LA TRANSMISIÓN DE ESTE MENSAJE	43
8.4.1	MEDIOS IDÓNEOS PARA LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE EXTERNO	43
9	<u>DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD</u>	45
10	<u>PROPUESTA- PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL (PECO)</u>	46
10.1	PECO	46
10.2	OBJETIVO	48
10.3	ESTRATEGIA	48
10.4	ACCIONES	49
10.4.1	ELABORACIÓN LOGO Y SLOGAN “BÚFALOS DE CORRALITO”	49
10.4.2	ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DEL UNIFORME PARA EL EQUIPO “BÚFALOS DE CORRALITO”	49
10.4.3	ELABORACIÓN SEÑALÉTICAS	50

10.4.4	ELABORACIÓN PIZARRA C.D.B.C	50
10.4.5	ELABORACIÓN DEL MANUAL DE USO DEL CAMPO DEPORTIVO BÚFALOS DE CORRALITO	50
10.5	MENSAJE CALVE	51
10.6	AUDIENCIA	51
10.7	MEDIOS	51
10.8	MISIÓN DEL PLAN	52
10.9	VISIÓN DEL PLAN	52
10.10	PRESUPUESTO	53
	EL PROYECTO DE RSE	54
11	CONCLUSIÓN	56
11.1	RECOMENDACIONES GENERALES PARA LCH	57
11.2	RECOMENDACIONES DEL PECO	57
12	ABREVIACIONES	59
13	REFERENCIAS	60
14	ANEXOS	61

1 Resumen

En la comunidad de Yaracal Edo. Falcón, la compañía INVEGA posee el Hato Corralito, aledaño al caserío llamado la comunidad de “El 12”.

Los miembros de esta comunidad han manifestado en varias oportunidades, que la empresa les done parte de sus terrenos para el desarrollo de actividades deportivas.

Por su parte INVEGA ha desarrollado múltiples actividades de RSE por intermedio de la fundación La Compañía Humana.

Esta fundación, posee amplia experiencia con comunidades de otras regiones y en actividades de promoción cultural, educativa y musical. Pero nunca ha acometido alguna iniciativa en el área deportiva.

Frente a la comunidad de El 12 se intentó desarrollar estas actividades de RSE, facilitando el acceso de los vecinos para permitirles jugar en el terreno. Esto ha sido erróneamente interpretado como “donación” de la empresa, generándose un ambiente de equivocadas expectativas, que al no ser satisfechas, favorecen un potencial malestar del todo inconveniente.

Resulta evidente la inexistencia de una adecuada política de comunicación corporativa. En vista de esto, en este PFC desarrollaremos las pautas de un Plan Estratégico de Comunicacional destinado a:

- Reorientar los esfuerzos de la compañía hacia el desarrollo de su programa de RSE, que además servirá de guía para fortalecer la relación con la comunidad en el futuro.

- Convencer a la comunidad de la verdadera intención del plan de RSE de INVEGA y LCH para lograr su cooperación.

Para el desarrollo de este trabajo, estaremos abarcado las siguientes etapas.

- Investigación de campo (visitas de campo, entrevistas con todos los actores, seguimiento de las reuniones pautadas y un registro visual)
- Investigación documental de otros Planes Estratégicos comunicacionales incluyendo estudios de casos similares
- Fase creativa para el aporte de soluciones.

2 Presentación del Proyecto

2.1 Descripción

Se trata de una investigación de campo basada en entrevistas, visitas de inspección e investigación documental para entender la naturaleza del problema comunicacional, analizando sus causas y proponiendo mecanismos de solución a ese problema de mutuo entendimiento, mediante el empleo de estrategias de comunicación corporativa.

2.2 Introducción

Para explicar qué me motivó a escoger el tema que se desarrollará en este trabajo final, quisiera explicar una de las características fundamentales en nuestra vida, se trata de *la comunicación*.

Es una herramienta que todos tenemos pero que a veces no le damos la importancia que se merece y muchas veces la damos por sentado al momento de resolver problemas.

La comunicación es uno de los pilares fundamentales en la creación de la bases de cualquier relación, sociedad y el mundo. Como menciona Antonio Pascuali en su obra *Comprensión de la comunicación*, la comunicación es el elemento necesario para la esencia del "hombre conviviente" en comunidad¹. (Pascuali, 2009)

Es evidente que la comunicación elimina muchas barreras para lograr un propósito, pero es obvio que no siempre se usan los mismos métodos para transmitir un mensaje. Todo depende de cuál es el mensaje, de quién y para quién.

¹ Pascuali, A., (2009). *Comprensión de la comunicación*. Editorial GEDISA.

Para una empresa la comunicación es esencial, tanto a nivel interno como externo y es por eso que ella debe estar alineada con un mismo hilo conductor para cumplir con los objetivos y directrices planteadas por la organización, de manera que a la hora de ser evaluados, la empresa obtenga buenos resultados.

En el caso de INVEGA y La Compañía Humana, nos encontramos con una sinergia entre ellas para alcanzar el objetivo que se quiere lograr.

Pues si bien a INVEGA es a quien se le presentó el problema, es LCH quien con apoyo de INVEGA ejecutará el plan de comunicaciones.

Para el éxito de este proyecto se pretende plantear, generar y sustentar un Plan Estratégico Comunicacional (PECO), que se basará en la adecuada gestión del plan de RSE para asegurar buenas relaciones con el entorno, buena comunicación con los diversos grupos de interés, el mejoramiento de políticas para prevenir crisis y obtener colaboradores más comprometidos.

Sustentaremos este trabajo final mediante un diagnóstico donde analizaremos la comunicación organizacional de la empresa. El diagnóstico de la comunicación interno se basará principalmente en la realización de entrevistas. El diagnóstico a nivel externo se realizara de manera presencial donde se visitará el Hato de la empresa viendo la fluidez de la comunicación, tomando anotaciones sobre sus principales problemas y / o deficiencias para a partir de ahí generar soluciones.

Parte del diagnóstico también será realizar la Matriz DOFA que nos ayudará a conocer de mejor manera las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a LCH e INVEGA, tanto a nivel interno como externo.

Al obtener los resultados, desarrollaremos las estrategias necesarias y comenzaremos a estructurar nuestro Plan de Comunicación Organizacional

(tácticas y herramientas) el cual se basará en las recomendaciones, opiniones y reconocimiento de los públicos, que fueron obtenidas a través de las entrevistas.

2.3 Justificación

Como se ha explicado este PFC contribuirá a lograr una efectiva comunicación bidireccional entre comunidad y empresa que incremente las probabilidades de éxito del programa de RSE en mutuo beneficio.

De esta manera los recursos y esfuerzos que la empresa ha estado dedicando podrían transformarse en iniciativas que generen una conducta de la comunidad en la promoción de un entorno favorable a la empresa y al bienestar comunitario.

2.4 Motivación

Motivaciones del autor para realizar este PFC:

- Aprovechar la oportunidad de hacer un Plan Estratégico Comunicacional para atender un problema de la vida real, vigente, y concerniente a la actualidad socio-política de nuestra Venezuela, en el marco de un medio rural como un entorno naturalmente adverso a la empresa privada y ofrecer medios para promover la solución de un potencial conflicto de intereses.
- Obtener experiencia al explorar un potencial campo laboral en el área de la comunicación corporativa.

2.5 Problema que se pretende solucionar

Como leímos en el apartado del RESUMEN, podemos darnos cuenta que la comunidad ha malinterpretado las iniciativas de la empresa, o la empresa no las ha sabido comunicar, generando expectativas no satisfechas con potencial de creación de conflictos innecesarios.

Por lo que con este PFC se brindarán estrategias comunicacionales que faciliten la correcta interpretación de las intenciones de INVEGA y LCH por parte de la comunidad.

Para que con esto los planes de RSE de la empresa tengan el apoyo necesario de la comunidad, una respuesta de cooperación, comprensión e integración de las oportunidades de mutuo beneficio que este plan RSE, podría brindar al desarrollo social del entorno.

2.6 Tipo de estrategia de comunicación corporativa abordada

Para resolver el problema presentado, se hizo un estudio y una investigación de varios modelos y teorías comunicacionales para la elaboración de un Plan Estratégico Comunicacional (PECO) cuyo propósito es el de resolver el problema que presentan INVEGA y LCH con la comunidad de El 12 y el Hato Corralito para reorientar su plan de RSE:

Estos son los pasos principales que se llevaron a cabo en la estrategia de elaboración del PECO abordado:

- Análisis de la situación actual: Para ubicarnos en el problema o problemas que puede presentar la empresa.
- Objetivos: Fijar lo que se pretende lograr.
- Mensaje: Elaboración de lo que se quiere transmitir.

- DOFA: Análisis para exponer amenazas u oportunidades, debilidades y fortalezas que se presenten.
- Medios: Identificar canales idóneos para transmitir el mensaje.
- Evaluación: Medir los resultados del plan comunicacional.

3 Marco Contextual (citar)

Grupo Empresarial Maldonado (GEM) e Inversiones Venezolanas Ganaderas (INVEGA) Breve reseña histórica.²

INVEGA es una compañía anónima dedicada a la actividad agropecuaria principalmente producción de leche de vaca y de búfala, además de actividades de ceba para engorde de ganado.

Hoy en día GEM es la consolidación de un grupo de compañías de diferentes orígenes principalmente ubicados en Venezuela desde 1948, cuando Inversiones Venezolanas Ganaderas (INVEGA) fue establecida en Valencia, por su principal Inversionista y creador, el Sr. Iván Darío Maldonado (1913- † 2007), Veterinario, Abogado y Administrador con postgrados en Alemania.

INVEGA es un grupo de hatos pertenecientes a la familia Maldonado. Su hato principal conocido como Hato el Frío, fue comprado por el Sr. Samuel Darío Maldonado (†1925, padre de Iván Darío) en Febrero del 1911.

Fue expropiado por el Gobierno Venezolano, pero las compensaciones monetarias aún siguen pendientes.

Durante la década de los 40's el Sr. Iván Darío Maldonado se involucro con el Sr. Nelson Rockefeller para comprar, procesar y transportar carne de Venezuela a los Estados Unidos. También fundaron y dirigieron una cadena de supermercados llamada CADA. En los 90's INVEGA produce el 10% de toda la carne procesada del país.

² GEM Grupo de Empresas Maldonado, Maldonado Group of Enterprises Portrayal Feb 2015

Marcos Fernando Maldonado (hijo de Iván Darío), con ayuda de su familia integraron en una compañía anónima, con Industrias Lara Carabobo (establecida en 1948), una compañía dedicada a la producción de leche y productos de su derivado. En 1970 esta compañía se convirtió en el distribuidor más grande de estos productos en Venezuela.

La compañía evolucionó convirtiéndose en Corporación INLACA C.A una integración con la Junta de lácteos de Nueva Zelanda y Nestlé, que ahora opera bajo el nombre de Dairy Partners America en la cual Marcos actualmente tiene una silla en la Junta directiva.

Marcos junto con la ayuda de su familia , también inicio en 1950 Walco industrial C.A. una compañía dedicada a la seguridad industrial de muchas empresas, incluida la industria petrolera Venezuela. La compañía fue manejada por Fernando Maldonado (hijo de Marcos Maldonado) hasta Marzo del 2014.

Para 1985, la familia había empezado a comprar acciones de Seguros La Previsora una de las compañías aseguradoras con más años en Venezuela. Fue registrada ante el Ministerio de Finanzas en el puesto número 2 en 1914. En 1990 el CEO era Álvaro Maldonado (hijo de Iván Darío) quien para el momento era el mayor accionista individual hasta Julio del 2009.

Otras compañías pertenecientes, operadas y vendidas por la familia ubicada en Uruguay, Ecolat una empresa procesadora de leche. En la República Checa Transpa contenedores de hierro y en la República Dominicana (Parmalat RD procesadora de leche)

A la fecha Fernando Maldonado y Alexander Degwitz Maldonado son Presidente y vice- presidente de la junta directiva del GEM.

Fundación La Compañía Humana (LCH) Semblanza³

La Fundación “La Compañía Humana”, es la fundación sin fines de lucro encargada de canalizar proyectos de Responsabilidad Social Empresarial para las compañías del Grupo Empresarial Maldonado; tiene como meta desarrollar a personas de escasos recursos económicos en distintas áreas. Esta fundación se mantiene gracias al GEM, único proveedor de donaciones para los programas explicados a continuación.

Su misión es promover el desarrollo de niños, jóvenes y emprendedores de bajos recursos económicos. Esto se hará a través de distintas actividades que fomentarán su crecimiento personal, económico, social y académico.

Su visión es ser una Empresa Social que a largo plazo pueda autofinanciarse y lograr que los niños, jóvenes y emprendedores de bajos recursos participen en los programas que ofrece la Fundación, para que a mediano plazo se conviertan en personas y empresarios exitosos.

3.1 Misión de LCH

- Brindar oportunidad de crecimiento personal, económico y social a emprendedores con escasos recursos económicos pero con amplia visión futurista.
- Potenciar a personas que tengan la visión de mejorar su calidad de vida.

³ Fundación la compañía humana. Informe de gestión de la “Fundación la compañía humana año 2014”

- Potenciar a personas de escasos recursos personales y económicos pero con ganas de aprender, trabajar, cambiar y hacer realidad sus sueños.
- Fortalecer permanentemente a personas provenientes preferiblemente del medio rural y con escasos recursos económicos para que desarrollen medios de trabajo que lo conlleven a superarse personal y económicamente y así mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo del país.
- Apoyar a niños para que su infancia se desarrolle de forma normal y feliz.
- Colaborar en hacer cambios a nivel personal y por consiguiente a la mejora del país.

3.2 Visión de LCH

- Ser una organización sin ánimos de lucro pero que a largo plazo pueda autofinanciarse y lograr que los emprendedores- beneficiarios se conviertan en emprendedores exitosos.
- Ser reconocida como una Institución sin fines de lucro que logra transformar la vida de gente que a pesar de tener pocos recursos desean superarse personal y económicamente y así de esta manera incorporarse activamente al desarrollo del país.

3.3 Valores de LCH

- Responsabilidad Social
- Responsabilidad Individual
- Confianza
- Trabajo en Equipo
- Motivación al Logro
- Iniciativa
- Compromiso
- Excelencia
- Transparencia

3.4 Antecedentes de “La Compañía Humana”

1. Programa de Microcrédito

Este programa pretende ayudar a personas de bajos recursos mediante el otorgamiento de microcréditos, permitiendo así que la persona pueda adquirir las herramientas necesarias para realizar un trabajo productivo y honesto que con el tiempo mejorará su calidad de vida.

La Compañía Humana le presta dinero a estos emprendedores que luego deberán ir pagando en pequeñas cuotas, de esta manera el dinero que se les otorga será una responsabilidad para ellos y al mismo tiempo les dará un sentido de independencia, pues al terminar de pagar la deuda, todo lo que compraron será totalmente suyo.

Esta iniciativa nació de la experiencia vivida por el ganador del Premio Nobel de la Paz del 2006, Muhammad Yunus. Él creó el Grameen Bank en 1983 y hasta la fecha ha concedido microcréditos a más de siete millones de personas por un valor de 6.000 millones de dólares. Fue esta una de las razones para que el índice de pobreza cayera del 74% al 40% en el 2005. Podemos afirmar que esta acción social se ha extendido por el mundo puesto que para el 2006 ya había más de 7.000 organizaciones especializadas en entrega microcréditos, una herramienta que ha ayudado a más de 100 millones de familias.

La Compañía Humana empezó concediendo pequeños préstamos a personas que no tenían las herramientas para pedir un crédito formal en un banco. El monto oscilaba entre Bs. 5.000 y Bs.15.000 por persona, los cuales debían ser destinados para comprar materia prima para fabricar productos o mercancía que la debían vender para luego recuperar la inversión y obtener ganancias.

Las personas tienen un mes para comenzar a devolver el dinero en cuotas más un interés del 2%, luego de pagar el primer microcrédito completo pueden acceder a otro préstamo mayor y así sucesivamente. La meta de este programa es que

dichas personas puedan llegar a ser económicamente independientes. Este programa no obtuvo los resultados esperados y está siendo reevaluado para luego posiblemente ser reactivado.

2. Programa de Becas Académicas

Este proyecto tiene como fin apoyar, mediante el aporte económico, a jóvenes de escasos recursos para obtener una mejor formación académica en cualquier universidad, instituto, academia o técnico a nivel nacional para que así puedan desarrollarse profesionalmente y posteriormente beneficiar a la sociedad.

El proyecto incluye estudios de educación superior, de especialización, otras opciones de estudios avanzados y en excepciones educación básica (primaria y secundaria). El programa va dirigido a estudiantes listos para ingresar en instituciones a nivel superior. Ellos deberán cumplir con una serie de requisitos y normativas indispensables para poder optar a la candidatura para el programa.

El proyecto es supervisado por una directora que estará continuamente en contacto en cada uno de los participantes o beneficiarios.

3. Programa de Proyectando Mi Futuro

Partiendo de la premisa de que si los estudiantes se realizan como personas y como profesionales podrán tener un mejor futuro y así contribuir con el país y con las personas los rodeen; la meta es el rescate de los valores que están presentes en nuestra comunidad (sociedad) y que de una u otra forma inciden en el aprendizaje y actitudes de los niños. Por ende en este proyecto se trabaja con los valores y construcción del proyecto de vida de las personas, educándolos en el centro Formación Barrera.

Se desea incrementar la autonomía personal de los estudiantes en función de sus posibilidades, intentando desarrollar al máximo sus capacidades intelectuales, motrices, creativas, etc. Facilitando la integración y adaptación personal, familiar,

social y educativa, fomentar la autoestima y superación personal e incrementando interés por el entorno y sus elementos.

Se quiere promover las actividades que fomenten el respeto, colaboración, solidaridad, compañerismo, amor y hermandad en su entorno familiar, educándolos acerca de la importancia del conocimiento de los valores morales y afectivos; logrando así un cambio de actitudes y aptitudes para guiar a los estudiantes en la construcción de su proyecto de vida.

En este proyecto se brindan talleres en Valencia a personas de todas las edades. Para niños existen clases de pintura, arte, música y próximamente baile. Para los adultos, específicamente mujeres, se imparten talleres de cocina, hechura de edredones, tejido, cursos para aprender a coser a máquina, talleres sobre qué es el ahorro y cómo ahorrar, así como cursos cortos de administración, etc. El programa es totalmente gratuito.

4. Programa de Sembrando y Aprendiendo

Tiene como finalidad brindarle a los niños y niñas del centro de formación inicial y tarea dirigida ambos turnos, la importancia de la siembra, realizando un huerto en La Casona, ubicada en Valencia, incentivando a los niños a una nueva experiencia.

Se les da a los niños la posibilidad de conocer a través de la experiencia y diversión el proceso de crecimiento de las plantas, desde la preparación de la tierra, la semilla, la flor y su fruto, como también el cuidado y mantenimiento de las plantas y conocer las herramientas y uso adecuado para ello.

Las actividades se organizan de manera variada y flexible, adecuada al horario de inicial y tarea dirigida de ambos turnos, para que respondan a las necesidades de los niños, que hará que el deseo de aprendizaje sea realmente significativo para ellos, pues este deseo nace de la curiosidad de conocer todo aquello relacionado con las hortalizas, su siembra, su riego y su recolección. En el huerto se siembran tomates, ajíes, cebollín, pimentón, entre otros. El programa es totalmente gratuito.

5. Programa de Plan Vacacional

El plan vacacional es realizado en La Casona, ubicado en Valencia. El proyecto está activo durante todo el mes de agosto ya que es cuando los niños están de vacaciones. Pueden asistir niños desde los 4 hasta los 13 años. Incluye actividades de arte, música, distintas disciplinas deportivas, así como paseos a parques, juegos, piscinas, cine, etc.

Para este programa se contrata a recreadores que están acostumbrados a tratar con niños, además de tener el apoyo de los profesores que dan clases en el programa de Formación Barrera de Proyectando Mi Futuro.

La finalidad de este proyecto es que los niños tengan actividades que los distraigan en vacaciones, para que sus padres puedan estar tranquilos en sus trabajos, sabiendo que sus hijos están bien cuidados y que además de divertirse, los muchachos puedan aprender cosas nuevas todos los días y desarrollarse realizando las distintas actividades que el programa ofrece. Para el 2014 asistieron 70 niños al plan vacacional, para el 2015 tuvo un total de 60 inscritos. Este programa es totalmente gratuito.

Además de los programas mencionados anteriormente, la Fundación "La Compañía Humana" dona útiles escolares y uniformes a todos los hijos de los trabajadores de cada una de las empresas que maneja el Grupo Empresarial Maldonado. También donaron el uniforme completo de softball al equipo de la localidad que está integrado por trabajadores de la empresa y a su equipo oponente para incentivar la competencia sana y agradecerle a los empleados la buena labor que realizan.

6. Programa Centro de Formación Barrera

En el Centro de Formación Barrera se imparten clases de música, tareas dirigidas, consulta psicopedagógicas, plan Vacacional, etc.

Se ha dedicado más al tema de la educación, apoyando más a jóvenes con deseo de estudios superiores y que por su condición económica se les hace más difícil conseguirlo, al mismo tiempo ha dado gran apoyo a niños más pequeños de escasos recursos que están empezando con su formación, creándoles una base fuerte para seguir por el largo camino que al final los convertirá en hombres y mujeres preparados, listos para contribuir al desarrollo del país.

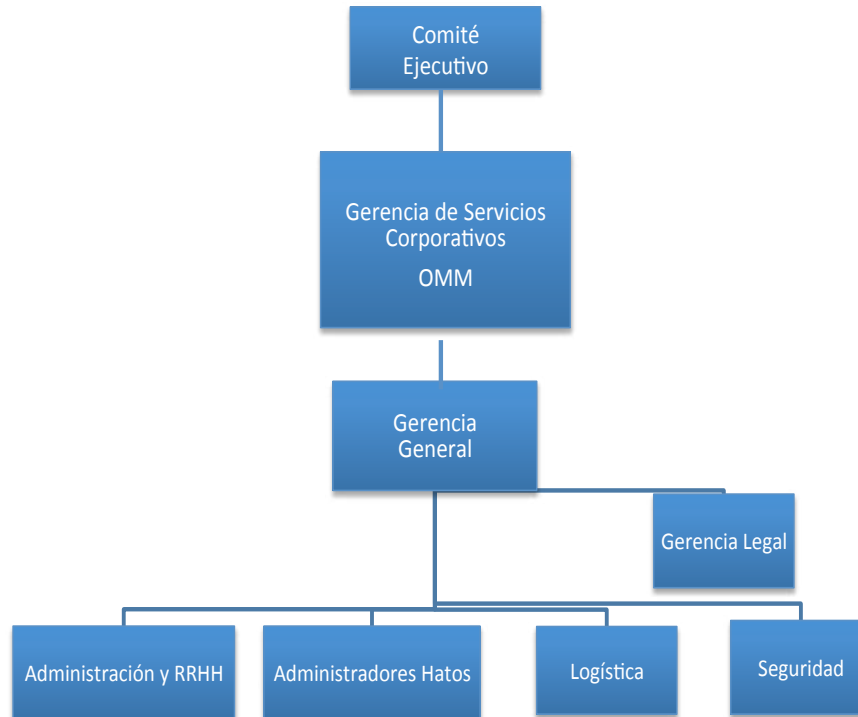
La labor que se está haciendo a diario en La Casa Barrera es de suma importancia porque de aquí saldrán jóvenes preparados para continuar el camino hacia el éxito profesional, que más tarde pasaran a estudios superiores y posteriormente a exitosos comerciantes, profesionales ejemplares, padres de familias y entes de la sociedad.

Observación: Ver Anexo 15

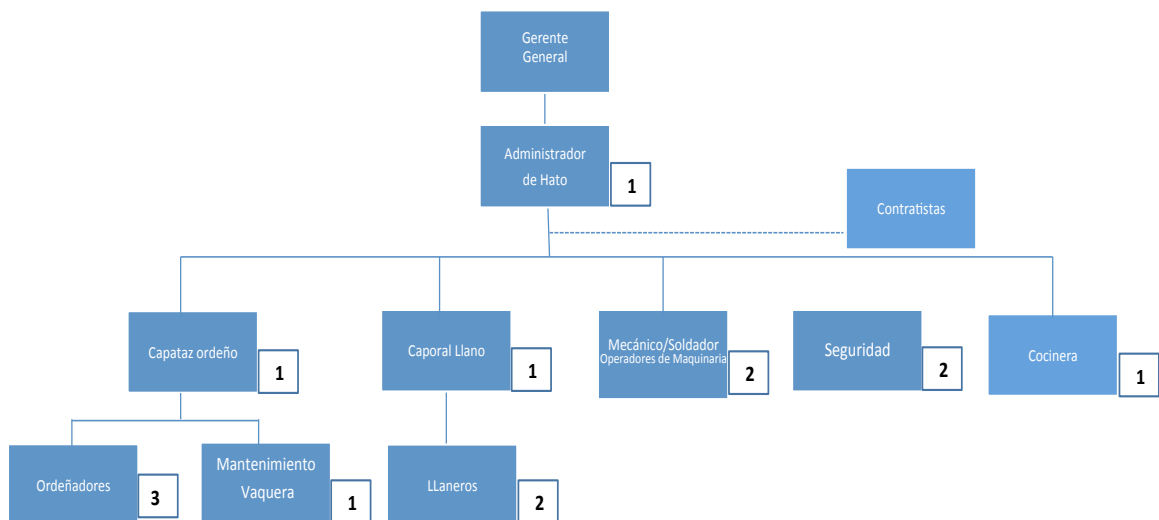
4 Organigrama

4.1 Organigrama INVEGA

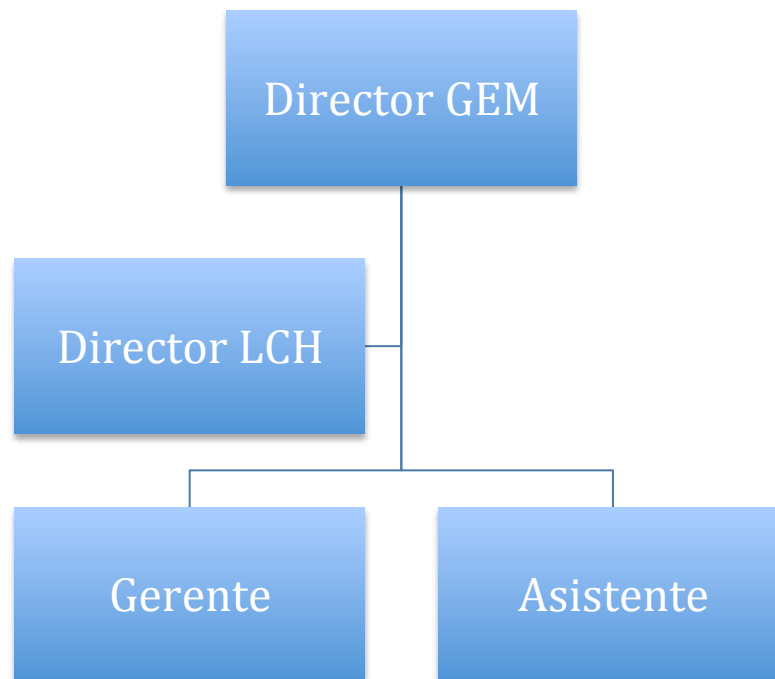
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. GRUPO INVEGA ETAPA 1. PRESERVACION DEL PATRIMONIO. 2014-2015



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. GRUPO INVEGA C.A INVEGA. HATO CORRALITO 14 TRABAJADORES



4.2 Organigrama LCH



5 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional se refiere al flujo de información y manejo de diálogos dentro de las organizaciones para que éstas puedan cumplir mejor con los objetivos y metas de los individuos, equipos, áreas y en su conjunto, con el propósito de las propias organizaciones (expresados en términos de misión, visión y valores corporativos)⁴ (NOSNIK, 2014)

Nosnik plantea que para que la función de comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser⁵: (Nosnik, 1996)

- Abierta: su objetivo es el comunicarse con el exterior; hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes al público interno y externo.
- Evolutiva: hace énfasis en la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización.
- Flexible: permite tener una comunicación oportuna entre lo formal e informal.
- Multidireccional: maneja la comunicación de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa, entre otras.
- Instrumentada: se utilizan herramientas como soportes, dispositivos; dado que muchas organizaciones están funcionando deficientemente, debido a

⁴ Nosnik, A., (2014). De la comunicación organizacional a la comunicación productiva: modelo propuesto por Abraham Nosnik Ostrowiak. Entrevista.

⁵ Nosnik, A., (1996). *Comunicación y gestión organizacional*.

que la información que circula dentro de ella no llega en el momento adecuado ni utilizan las estructuras apropiadas para que la comunicación sea efectiva.

5.1 Situación actual de la comunicación organizacional en INVEGA y LCH

Para poder desarrollar soluciones estratégicas que ayuden a mejorar el problema de INVEGA, se habló con la empresa y con LCH para averiguar cómo se está ejecutando el proceso de comunicación organizacional actualmente.

La empresa en un principio no veía la necesidad de crear un departamento encargado de las comunicaciones ya que entendían esta herramienta como parte de la cotidianidad, pues de todos los planes de RSE que LCH ha llevado a cabo no habían sido necesarios.

Sin embargo han percibido que algo está fallando, porque no han podido o sabido entregar el mensaje por los canales adecuados para lograr la aceptación de sus planes por parte de la comunidad. Es por esta razón que decidieron embarcarse en el área de comunicaciones y acogieron con entusiasmo la idea de que un tesista propusiera un PECO.

También es pertinente mencionar que LCH esta compuesta por tan sólo 3 miembros. Sol Rivero (Directora de LCH), Fabiola Inostroza (Gerente General) y Patricia Angarita (Asistente Ejecutiva).

Este quipo es quien lleva y coordina todas las actividades de RSE de el Grupo Empresarial Maldonado.

Por parte de INVEGA, tenemos a Michael Hunter (Gerente General) y a Desiree Rodríguez (Consultor Jurídico). Son los encargados de llevar todo trámite legal y junto al Comité ejecutivo aprobar las propuestas.

5.1.1 Comunicaciones Internas:

Dentro de la cultura empresarial, la comunicación interna juega un papel muy importante, ya que es una herramienta que traslada información sobre cómo y cuándo se deben hacer las cosas⁶. (LOSADA, 2004)

Puesto que nuestro PECO estará dirigido a quien llevará a cabo el plan de RSE, siendo este La Compañía Humana, será objeto de investigación para la elaboración del plan comunicacional.

Las comunicaciones internas se van dando con el día a día, pero esto puede ocasionar que la falta de planificación y de un plan de comunicaciones tenga como resultado, reuniones de emergencia en respuesta a una crisis para conciliar los problemas de los diferentes públicos de la organización, se encuentra a cargo Fabiola Inostroza, Gerente de LCH.

Para evitar lo mencionado anteriormente, se deben establecer flujos comunicacionales que ayuden a evitar barreras o interrupciones en los comunicados.

5.1.2 Comunicaciones externas:

Todos los comunicados de esta naturaleza se manejan en comunicación directa con las comunidades de los alrededores del Hato Corralito, pero sin seguir un plan, o guía de acciones. Lo que quiere decir que no existe un discurso coherente ni constante con la comunidad.

⁶ LOSADA, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Es necesario tener claro que este tipo de comunicación será una herramienta que nos permitirá mantener y mejorar la relación con los habitantes de la comunidad y proyectar la imagen deseada a nuestro público deseado, es decir que la organización sea vista como se desea para poder lograr los objetivos.

6 Estrategia

6.1 Consideraciones preliminares

6.1.1 Narración de los Eventos que originan el problema a ser analizado en este PFC

La Finca Corralito ubicada en Yaracal Edo. Falcón tiene una extensión aproximada de 850 Hectáreas y se dedica a la cría de búfalas para ceba y ordeño de leche de búfala.

Los trabajadores de esta unidad productiva comparten un afición por el béisbol y el softbol. En este sentido La Compañía Humana ha adelantado gestiones para promover la práctica del deporte entre los empleados de INVEGA en Corralito.

La empresa ha resuelto asumir un liderazgo junto con La Compañía Humana en la promoción de la actividad deportiva del béisbol para proyectarla hacia la comunidad. Para ello se ha adecuado rudimentariamente un sector de la finca como campo de béisbol. Además se han donado uniformes e implementos de béisbol a la comunidad.

Los miembros del consejo comunal de Yaracal cercano a la finca, han pedido la colaboración de la empresa para que este terreno sea donado a la comunidad. De hecho y sin autorización han violado la cerca, introducido herramientas y realizado trabajos como si la empresa hubiese accedido a tal donación.

La iniciativas de donación de uniformes y adecuación del campo deportivo no ha sido entendido bien por la comunidad, y más bien mal interpretado puesto que varios miembros están asumiendo que la compañía esta donando o cediendo su terreno para su libre uso sin controles ni planes.

Estas circunstancias han degenerado en actividades de comercio incluyendo la venta de bebidas alcohólicas, actos gestos no cónsonos con una actividad deportiva.

Adicionalmente se tiene que esta extensión de tierra es usada en época de lluvia para el pastoreo de búfalas lo que hace esta parte necesaria para el plan de pastoreo ganadero en beneficio de la producción, y por lo tanto incompatible con la práctica deportiva durante estos períodos.

La respuesta de la empresa a esta solicitud y acciones por la comunidad, **es reorientar la estrategia de comunicación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial con el fin de lograr que este sea interpretado correctamente. Se trata de un esfuerzo dirigido al beneficio de los trabajadores, de sus familiares directos y su entorno social, junto a la comunidad circundante a Corralito para la promoción de la práctica deportiva del béisbol con proyección hacia la comunidad.**

6.2 Metodologías adoptadas y autores consultados

Para la elaboración de esta estrategia, se consultaron las publicaciones de los siguientes autores:

- Nosnik y su libro de “*Comunicación y gestión organizacional*”
- Las metodologías de elaboración de Planes estratégicos comunicacionales de Fernando Martín Martín.
- Plan estratégico de comunicaciones de la empresa ALICOLSA S.A – *ALIMENTOS LIOFILIZADOS DE COLOMBIA* por Mairym Romero Alves y Marcela Barrios Henao.

Después de un análisis comparativo de estos documentos se acogieron algunos elementos que podrían resultar útiles para el desarrollo del PECO que estamos elaborando para LCH.

6.2.1 Metodología, Estudio: Comunicación Interna LCH

Se procedió a hacer las investigaciones para verificar como era el flujo de comunicación interna.

El estudio fue realizado de la siguiente manera; Se entrevistó a Desiree Rodríguez (Consultor Jurídico de INVEGA), a Fabiola Inostroza (Gerente de LCH) y a Sol Rivero (Directora de LCH) para que expusieran la cronología de los eventos ocurridos en Corralito.

Parte de los resultados de esta reunión fue registrada en una grabadora de voz y en las minutas reenviadas por la empresa para exponer su caso a la tesista. Esta reunión fue posterior a la visita del Hato Corralito.

En el mismo viaje, Inostroza presentó los avances del proyecto de RSE del Hato Barrera, en Valencia. El cual se elaboró sin ningún plan comunicacional, fue en comunicación directa con integrantes de la comunidad cercana que se logró el apoyo para que este RSE surgiera.

Hoy en día el Centro de Formación Barrera es una escuela dedicada al tema de la educación, apoyando a jóvenes con deseo de estudios superiores.

Debemos recordar que como todas las propiedades que INVEGA posee son Hatos, lo que significa que si población más cercana es rural, es conveniente que se mantenga en “buenos términos” con estas comunidades. Y una de las maneras

más adecuada de hacer esto, es contribuyendo a sus necesidades las cuales en los casos que se han visto son: Educación, útiles escolares, comida y recientemente en el caso del Hato Corralito, el deporte.

Mencionan que a pesar de que LCH tiene experiencia en el campo de la responsabilidad social, se encuentran en una interrogante pues nunca han intentado activar un plan de RSE en el área deportiva, sin mencionar que uno de los problemas principales es la captación del mensaje que INVEGA y LCH quieren transmitir a los trabajadores de el Hato Corralito y la comunidad de El 12.

6.2.2 Ejecución: Comunicación interna LCH

La Tesista Deborah Hartmann se reunió con los integrantes de INVEGA y LCH encargados de resolver el problema en el Hato Corralito.

Explicaron que, siendo la LCH un comité tan pequeño, la mayor parte de la comunicación entre ellos es verbal o por medio del celular (mensajes de texto, grupos de *Whatsapp*, correo o llamadas) y que cualquier gran decisión o reunión es pasada mediante informes y correos a los directivos de INVEGA y GEM.

6.2.3 Diagnóstico y Resultados: Comunicación interna LCH

Actualmente, sabemos que se usan canales de comunicación directa para lograr una efectiva interrelación, por lo visto en las respuestas de la entrevista, se podría concluir que no hay razón para asumir que la comunicación entre ellos tiene alguna falla, pues usan todos los medios necesarios para que exista una comunicación interna exitosa.

6.2.4 Metodología, Estudio: Comunicación externa LCH

Se procedió a hacer las investigaciones para verificar como era el flujo de comunicación externa y sus problemas.

El estudio fue realizado de la siguiente manera; Deborah Hartmann, externa a la empresa y tesista, visitó el Hato Corralito, ubicado en Yaracal Edo. Falcón, los días 28 y 29 de Octubre del 2015. Realizando entrevistas y anotaciones con los puntos clave a evaluar.

Fue escogida esta fecha pues ese mismo día, los representantes de LCH e integrantes del consejo comunal de El 12 acordaron en reunirse para discutir y aclarar el problema en cuestión: El uso in-autorizado que se le esta dando al terreno, por creer la comunidad que se les esta donando o presionar para que sea donado.

Durante esta reunión fueron entrevistados y registrados filmicamente las preguntas que se les hizo a los representantes de la comunidad.

6.2.5 Ejecución: Comunicación externa LCH

Se entrevistaron a trabajadores del Hato Corralito y a representantes del consejo comunal de “El 12” para conocer sus intenciones y deseos sobre el proyecto, también “probar las aguas” de cómo está el ambiente entre la comunidad e INVEGA.

Presentes por parte de INVEGA y LCH: Desiree Rodríguez (Consultor Jurídico) Sol Rivero (Directora de la Fundación La Compañía Humana) Fabiola Inostroza (Gerente Fundación La Compañía Humana) Deborah Hartmann (Tesisista de la Universidad Monteávila)

Presentes por parte de la Comunidad el 12: Rubén Díaz (Integrante del consejo comunal de El 12 y coordinador de deportes) y José Andrés Ortiz (Integrante del consejo comunal)

En la reunión se mencionaron los siguientes temas:

- La venta de la comida dentro de los límites del terreno utilizado para la actividad deportiva. Los representantes por parte de la comunidad alegan que la venta de los productos crea una fuente de ingresos que usan para los transportes a otros juego, y equipos deportivos.
- Se les menciona la creación de normas para el uso del terreno y que su debida planificación y organización para el uso del campo.
En su respuesta, se nota en las palabras seleccionadas y su lenguaje corporal un tono de resentimiento y acomplejamiento social.
- Se les aclara muy firmemente que no habrá donación, pero se les menciona que hay avances en la adecuación del terreno. Se están buscando presupuestos para la instalación de la malla.
- Se menciona la prohibición de la venta e ingesta de bebidas alcohólicas en el terreno.
Tienen problemas aceptando la prohibición pues alegan que si no hay alcohol durante los juegos las personas no irán. Mencionan que se trata de un tema cultural.

En un principio mencionaron que estas actividades deportivas también se hacen para ayudar a alejar a los jóvenes de los vicios.

Su discurso acerca de los vicios se contradice con los comentarios que han sobre el alcohol.

Se que, INVEGA, LCH o GEM no pueden hacerse responsables de las consecuencias que puedan ocurrir si en algún incidente se relaciona con el consumo de bebidas alcohólicas.

- Los representantes de la comunidad comentan que en el terreno que solían practicar fue habitado con casas, y es por eso que desean movilizar su área de recreación deportiva.

Apuntan como una de las ventajas la cercanía del terreno de Corralito, debido a la facilidad que se ofrece en cuanto al traslado de la comunidad al campo de beisbol.

- Hubo comentarios por parte de los representantes de la comunidad sobre la posibilidad de la venta del terreno. Comentan que quieren un terreno propio del que no tengan que depender de ninguna empresa para la regulación de su uso, pero que si quisieran aceptar la ayuda de INVEGA para acondicionar el campo.

Por parte de INVEGA se les menciona que una de las razones que impulsan a la empresa a tomar este proyecto es la Ley de Habilitación de espacios Deportivos y de Recreación a sus empleados.

Puesto que en un principio este terreno esta pensado para los trabajadores de Corralito, con una extensión de su uso a toda la comunidad de El 12 en Yaracal.

- Se menciona la venta comida dentro de los límites del terreno. Alegan que es una fuente de ingresos que llaman el “pote” y que es una ayuda para generar fondos para viajes y equipos deportivos.
- Los representantes de la comunidad de el 12 mencionan las limitaciones que puede ocasionar que el terreno este a nombre de INVEGA y no sea un terreno propio, por lo que insisten en la donación o venta de terreno.
- Surgieron comentarios alarmantes por parte de los representantes de El12 mencionando buscar ayuda de la alcaldía y que este sea el intermediario para la gestión del terreno de Corralito. Una de las cosas que INVEGA quiere impedir es la intervención de un tercero y reconducir los esfuerzos hacia una iniciativa de un plan RSE.
- Por último se les aclara que la empresa tiene la disposición de ayudar y le pedimos que hicieran llegar este mensaje a la comuna, que mantengan la mente abierta en el proceso de la negociación, y que entiendan que aunque no se les done o venda el terreno no significa que no podrán utilizarlo.

Conclusiones de la reunión

- Se debe hacer un cambio físico en el campo lo antes posibles (Back stop, relleno, bases) para logra la receptividad de la comunidad y con esto demostrar el compromiso que tiene la empresa con respecto a este proyecto.
- Se debe hacer hincapié en el tema del consumo del alcohol; reforzar que se trata de una actividad DEPORTIVA por lo tanto el consumo de alcohol dentro de las instalaciones del ható esta prohibido.
- Tomar en cuenta los comentarios de recelo social sobre la pertenencia del terreno y la intervención de un tercero.

- Considerar la venta de comida (siendo esta una fuente de ingresos)
- Explicar a la comunidad de que este proyecto es en beneficio de ellos y que es una ventaja muy grande que una empresa privada los financie.

Esta reunión dicta las pautas de cómo se deberá transmitir el mensaje. Notamos que efectivamente hay una actitud indócil hacia INVEGA pues es quien se interpone con su meta, la cual es tener acceso al campo pues quieren que este se les done sin más ninguna otra contraprestación.

Observación: Ver Anexo 11

6.2.6 Metodología, Diagnóstico y Resultados: Comunicación externa

Como expusimos previamente, en las entrevistas con los integrantes de la comunidad, se nota una actitud indócil hacia INVEGA pues es quien se interpone con su meta, la cual es tener acceso al campo pues quieren que este se les done sin más ninguna otra contraprestación.

Hay comentarios que sugieren la intervención de un tercero para lograr que el terreno deje de ser propiedad privada.

E insisten con la idea de que el terreno se les será donado o vendido. Resulta evidente, siendo esta la segunda reunión con estos integrantes del consejo comunal que el mensaje: de que no se va a donar, pero que se quiere trabajar en conjunto, no esta siendo recibido.

Por lo que hay que reforzar ese mensaje por medio de tácticas comunicacionales que ayuden a comprender y aceptar la decisión de LCH e INVEGA.

7 Análisis DOFA

Aplicando el análisis DOFA (Debilidades- Oportunidades -Fortalezas- Amenazas), se podrán ir detectando dichos problemas basados en las debilidades internas y amenazas externas, así como ir produciendo ideas y sugiriendo posibles mensajes también basados en las fortalezas internas y oportunidades externas.

Debilidades (internas)	Oportunidades (externas)
<ul style="list-style-type: none"> • La compañía humana no tiene experiencia en el campo de un PECO porque nunca hasta ahora había percibido tal necesidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer un impacto positivo en el mejoramiento de la salubridad social del entorno de la comunidad • Ganar una mejor disposición de los pobladores hacia Corralito.
Fortalezas (internas)	Amenazas (externas)
<ul style="list-style-type: none"> • Mejor comunicación interna corporativa. • La vocación y espíritu de servicio a la comunidad del GEM • Experiencia con la elaboración y planificación de planes de RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mala interpretación de la ayuda de INVEGA por parte de la comunidad • Invasión por parte de la comunidad o potenciales medidas de ocupación o expropiación del terreno por parte del estado.

7.1 Conclusiones de la DOFA

A partir de la construcción del diagrama DOFA se puede observar que la LCH presenta puntos muy fuertes de oportunidades y fortalezas donde puede enfocar toda su atención para mejorar su comunicación tanto interna como externa, pero también tiene algunos puntos en los que debe trabajar para lograr la completa aceptación de su plan de RSE por parte de los trabajadores de el Hato Corralito y la comunidad de El 12.

8 Mensaje que se desea transmitir

La estructura y el manejo de los mensajes constituye el paso previo de una intervención pública. Ordenar las ideas antes de una aparición es vital, hay que elaborar notas, repasarlas, vivirlas para realmente transmitir lo que queremos colocar como mensaje⁷. (Fuentes, 2012)

Como se explicó en el apartado de estrategia, entendemos que no hay razón para dudar de las estrategias de la comunicación interna de LCH e INVEGA, por lo que en este PFC nos centraremos en la creación de un mensaje efectivo para que los trabajadores de el Hato Corralito y El 12 entiendan, las buenas intenciones de el plan de RSE que se quiere construir en conjunto. Dicho esto, nos centraremos en la comunicación externa de LCH e INVEGA.

Seguiremos la siguiente metodología de análisis para derivar las características del mensaje:

- Analizaremos a las audiencias y sus características
- El efecto que queremos lograr en la audiencia
- El contenido que debe tener el mensaje a transmitir
- Los medios idóneos para este mensaje

8.1 Análisis de la Audiencia

8.1.1 Análisis de la Audiencia Externa

Nos referimos a la Audiencia Externa como a los trabajadores de el Hato Corralito, y a los integrantes de la comunidad de El 12.

⁷ Fuentes, G.,(2012). El desarrollo de habilidades de comunicación, Técnicas para un buen relacionamiento

Intuimos que tenemos tres grupos:

- Personas abiertamente adversas hacia la empresa y sus iniciativas de RSE.
- Personas indiferentes o neutrales.
- Personas entusiastas hacia las iniciativas de la empresa.

8.2 Efecto que queremos lograr en la audiencia

Se tratará de identificar quienes y qué características tienen estas personas dentro de la comunidad, para diseñar una estrategia para cada uno de ellos.

8.2.1 Efecto que queremos lograr en la Audiencia Externa

“Neutralizar” a los que son decididamente adversos a los planes del plan de RSE; ganarse el favor de los indiferente o neutrales y reforzar la actitud de los entusiastas hasta convertirlos en colaboradores voluntarios.

8.3 Contenido que debe transmitir el mensaje

8.3.1 Contenido que el mensaje externo debe transmitir

En esta medida el mensaje que queremos transmitir a la comunidad de El 12 es que:

INVEGA por intermedio de La Compañía Humana va a ejercer la conducción y el liderazgo del programa de RSE JUNTO con la Comunidad de El 12 y los empleados de Corralito, mediante la promoción de la práctica del deporte de beisbol para sus empleados y miembros de la comunidad; con énfasis en la población infantil.

8.4 Medios idóneos para la transmisión de este mensaje

Para lograr una buena relación con los grupos de interés, es preciso puntualizar que los tipos de comunicación que el ser humano aplica por naturaleza son verbales y no verbales. Verbales que involucran la palabra y no verbales que abarcan los gestos, las posturas corporales y el tono de la voz. Según estudios científicos el 93% de las percepciones que construimos se refieren a la comunicación no verbal. En ese sentido resulta fundamental ser consciente que en ocasiones podemos estar emitiendo mediante signos no verbales lo contrario de lo que dice la palabra. De ahí la importancia de que la comunicación verbal y no verbal coincidan y no generen disonancia en la lectura del mensaje⁸. (Fuentes, 2012)

8.4.1 Medios idóneos para la transmisión del mensaje externo

Se concluyó que los medios idóneos podrían clasificarse en dos:

- Estrategia de comunicación verbal y personal mediante reuniones con la comunidad.
- Estrategias de comunicación instrumental mediante acciones específicas:
 - Diseños y adecuación del campo de beisbol.
 - Señaléticas orientadas a inducir una conducta controlada del visitante dentro de las instalaciones deportivas (para que se sienta “huésped” del Hato Corralito)
 - Pizarra de anotación de beisbol. (Tradicionalmente en los campos de beisbol las pizarras de anotación han evolucionado hasta llegar a convertirse en poderosas herramientas de comunicación, más allá que solo la evolución del juego)

⁸ Fuentes, G.,(2012). El desarrollo de habilidades de comunicación, Técnicas para un buen relacionamiento

- Desarrollo de una simbología expresada por intermedio del Logotipo del equipo.
- Desarrollo de la propuesta del uniforme del equipo.
- La propuesta del reglamento y demás normativas para el uso del campo.

9 Descripción de la necesidad

Después de las entrevistas realizadas, resulta evidente que el público al que INVEGA y LCH se quiere comunicar, no ha recibido o la empresa no ha logrado participar el mensaje que se quiere transmitir.

Siendo el mensaje: ***INVEGA por intermedio de La Compañía Humana va a ejercer la conducción y el liderazgo del programa de RSE JUNTO con la Comunidad de El 12 y los empleados de Corralito, mediante la promoción de la práctica del deporte de beisbol para sus empleados y miembros de la comunidad; con énfasis en la población infantil.***

Este Peco tiene como finalidad atender la necesidad que tiene LCH e INVEGA para la correcta interpretación de sus intenciones en la intervención y adecuación del Campo Deportivo.

Esto se hará por medio de propuestas visuales, propuestas de manuales de reglamentos, propuestas de diseños y elementos comunicativos apoyen el liderazgo e iniciativa de INVEGA y LCH como principales inversionistas en el plan de RSE.

10 Propuesta- Plan Estratégico Comunicacional (PECO)

En este capítulo se presenta el Plan Estratégico de Comunicaciones, que fue diseñado especialmente para La Compañía Humana.

La opinión de una población hacia una empresa o institución es el resultado del mensaje que la empresa transmite hacia el interior y el exterior. Es por eso que, para la empresa es importante comunicar de manera lógica, clara y organizacional es decir por medio de un plan estratégico comunicacional cualquier noticia o plan de acción.⁹ (Nosnik, 1996)

La comunicación organizacional es fundamental en la empresa, esta presta soporte a cualquier área de la organización que lo necesite. En este caso específico se realizó un PECO, que soportará la ejecución del plan con estrategias y tácticas que ayudarán a LCH a mejorar algunos aspectos claves que fueron diagnosticados como deficientes o problemáticos en la evaluación previa que se realizó a nivel externo (trabajadores de Corralito y la comunidad de El 12).

A partir de unos objetivos específicos, derivados del objetivo general, se propondrá una serie de objetivos estratégicos, estrategias, tácticas y herramientas para cada una de ellos que ayuden a tener una visión más completa y objetiva del plan facilitando su ejecución, ya que los lineamientos principales están dados.

A continuación se presenta.

10.1 PECO

⁹ Nosnik, A., (1996). *Comunicación y gestión organizacional*.

Para que La Compañía Humana pueda comunicar los planes de RSE se creó un PECO que se ajusta a las necesidades comunicativas para facilitar la comprensión del mensaje que LCH e INVEGA quieren transmitir a sus trabajadores y a la comunidad.

Siendo la práctica del deporte, específicamente el beisbol, y el espacio físico para practicarlos, uno de los temas principales para plantear una solución al problema, LCH ha resuelto proponer un plan de responsabilidad social que cubra con las necesidades que se quieren satisfacer.

Este PECO propone tácticas comunicacionales sugerentes a indicar, que si bien el terreno en el cual se realizarán las prácticas deportivas, tendrá a una normativa de uso y que además especifica la pertenencia de la propiedad privada de INVEGA, estará abierto al uso por parte de integrantes de la comunidad.

En vista de que LCH quiere enfocar su plan de RSE a la población juvenil, también se harán propuestas que se acojan a la idea de la creación de un equipo perteneciente al campo deportivo, al cual nombraremos “Campo Deportivo Búfalos de Corralito” (C.D.B.C)

A este equipo se le proveerá de accesorios deportivos y uniformes con el nombre del equipo: “Búfalos de Corralito”

El C.D.B.C también será adecuado con pizarra de anotación, backstop, home plate y bases para la práctica del deporte. Y reforzaremos la pertenencia de campo deportivo con la creación de normativas y señaléticas para el uso de C.D.B.C.

Con los diseños propuestos, y el nombre elegido para el equipo y el campo deportivo, se desea transmitir la idea de la importancia económica que tiene para

Venezuela y la región la actividad agropecuaria que realiza INVEGA, que tiene como centro el búfalo.

10.2 Objetivo

- Lograr que el Programa de Responsabilidad Social Empresarial sea interpretado correctamente por parte de la comunidad y de los trabajadores del Hato Corralito.

10.3 Estrategia

- Consolidar una imagen que le de identidad, pertenencia, profesionalismo y seriedad a al proyecto del C.B.D.C para que los involucrados se sientan orgullosos de pertenecer a él, y lograr el interés de la comunidad lo suficientemente fuerte para sumar voluntarios que ayuden en la organización de actividades.
- Establecer un comportamiento acorde a las actividades deportivas dentro de las instalaciones del C.D.B.C, reforzando que el campo deportivo es propiedad privada de INVEGA por lo que se debe seguir un código de conducta.
- Promover la sana competencia entre el equipo Búfalos de Corralito y los equipos de la comunidad organizando torneos amistosos.

10.4 Acciones

10.4.1 Elaboración Logo y Slogan “Búfalos de Corralito”

Se elaboró el diseño del logo, que tiene como finalidad crear una identidad con sentido de pertenencia o relación con el Hato Corralito, se quiere lograr reforzar la relación entre INVEGA y los integrantes del equipo.

Logo: Será un búfalo rodeado de elementos relacionados al beisbol, pues la cría de búfalos es la actividad principal del Hato Corralito.

Slogan: “Nos Embarramos en Beisbol”

Con este slogan buscamos reforzar nuestra afición por el deporte.

Observaciones: Ver Anexo 1

10.4.2 Elaboración de la propuesta del uniforme para el equipo “Búfalos de Corralito”

Se elaboró el diseño del uniforme, el cual tiene como finalidad dar presencia y formalidad al equipo que representará a Corralito.

En este uniforme tendrá presencia los logos de INVEGA y LCH, para recordar que son los patrocinantes principales.

Observaciones: Ver Anexo 2

10.4.3 Elaboración Señaléticas

Se elaboraron diseños de 2 pendones:

- Pendón Bienvenidos: Tiene como finalidad recibir a los usuarios del C.D.B.C.
- Pendón Advertencia: Tiene como finalidad, recordar la prohibiciones dentro del C.D.B.C.

En ambos pendones tendrá presencia los logos de INVEGA y LCH, para recordar que son los patrocinantes principales.

Observaciones: Ver Anexo 3

10.4.4 Elaboración Pizarra C.D.B.C

Se elaboró el diseño de la pizarra para el C.D.B.C, que tiene como finalidad, llevar la puntuación del juego.

En esta Pizarra los logos de INVEGA y LCH tendrán presencia, para recordar que son los patrocinantes principales.

Observaciones: Ver Anexo 4

10.4.5 Elaboración del manual de uso del Campo Deportivo Búfalos de Corralito

Se elaboró la propuesta del manual, con la finalidad orientar el comportamiento de los usuarios del campo en las actividades deportivas. Es aplicable para todo el mundo que tenga acceso al campo:

- En el Manual de Uso del Campo Deportivo Búfalos de Corralito se mencionan los siguientes apartados:
 - * Consideraciones generales
 - * Reglamento de Servicios Generales
 - * Reglamento de las Instalaciones
 - * Descripción de las Instalaciones deportivas y Normativas particulares

Observaciones: Ver Anexo 5

10.5 Mensaje Calve

INVEGA por intermedio de La Compañía Humana va a ejercer la conducción y el liderazgo del programa de RSE JUNTO con la Comunidad de El 12 y los empleados de Corralito, mediante la promoción de la práctica del deporte de beisbol para sus empleados y miembros de la comunidad; con énfasis en la población infantil.

10.6 Audiencia

La audiencia a quien se quiere comunicar el mensaje es a los trabajadores de el Hato Corralito, y a los integrantes de la comunidad de El 12

10.7 Medios

Se utilizarán medios verbales e instrumentales para lograr la ejecución de la estrategia:

Verbales:

- Convocatorias a reuniones en comunidad para torneos amistosos de beisbol.
- Reuniones con la comunidad y los trabajadores para testear su receptividad con las actividades .

Instrumentales:

- Señaléticas brandeadas
- Diseño de la pizarra de anotaciones del Campo Deportivo Búfalos de Corralito (C.D.B.C)
- Uniformes del equipo “Búfalos de Corralito”
- Logo y slogan del equipo “Búfalos de Corralito
- Reglamento con la normativa del uso del C.D.B.C

10.8 Misión del plan

- El Plan Estratégico de Comunicación PECO, de La Compañía Humana tiene como misión proponer una solución comunicacional externa creada, principalmente para lograr la aceptación del plan de RSE por parte de los trabajadores de el Hato Corralito y la comunidad de El 12, generando beneficios mutuos que aporten concordia de las relaciones futuras.
-

10.9 Visión del plan

- La visión de este PECO es lograr la aceptación de la comunidad hacia este plan de RSE, con finalidad de que este proyecto crezca para reforzar una formación en los jóvenes fortaleciendo los valores del deporte, el trabajo en equipo, y la distracción del los vicios.

10.10 Presupuesto

El PECO –tiene un valor de 3.011.833,3952 BsF.

Incluye la cotización de:

- Nivelación parcial con patrol y relleno con material de sitio (sc- mo)
- Cercado convencional provisional externo linderos (5hilos) (sc- mo)
- Cercado alfajor interno (frente a los dogout)
- Backstop (económicos sin anticorrosivo diseño estándar)
- Bases
- Homeplate
- Pitcherplate
- Delimitación de campo
- Portón de acceso
- Dogout

OBSERVACIÓN: Ver anexo 6

EL PROYECTO DE RSE

Proyecto de Responsabilidad Social Empresarial "Campo Deportivo Búfalos de Corralito de la Fundación La Compañía Humana

	Sinopsis	Indicadores claves de éxito
Objetivo General del plan de RSE	Lograr la interrelación armoniosa entre las actividades del hato corralito y la comunidad de El 12.	Participación entusiasta de la comunidad en las actividades deportivas
Objetivo del Proyecto del plan de RSE	Estimular una mayor participación de la comunidad deportiva en el desarrollo organizado de la practica del beisbol	Equipos organizados realizando campeonatos de beisbol
Actividades a realizar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de una instalación del campo deportivo 2. Acondicionamiento por etapas del campo deportivo 3. Adquisición de los elementos del campo (bates, guantes,Pizarra, Backstop, bases, home plate etc..) 4. Presupuesto de uniformes deportivos 	Cumplir con todas las actividades conforme al presupuesto
Resultados esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tener un equipo de beisbol de los empleados de Corralito para que participen en torneos y juegos amistosos. 2. Tener un ambiente laboral adecuado, y relaciones sanas con la comunidad. 	Ausencia de quejas ante las autoridades y ministerio del trabajo

Plan De Comunicaciones Externas LCH		
Objetivos		
Lograr que el Programa de Responsabilidad Social Empresarial sea interpretado correctamente por parte de la comunidad y de los trabajadores del Hato Corralito.		
Mensaje Clave		
INVEGA por intermedio de La Compañía Humana va a ejercer la conducción y el liderazgo del programa de RSE JUNTO con la Comunidad de El 12 y los empleados de Corralito, mediante la promoción de la práctica del deporte de beisbol para sus empleados y miembros de la comunidad; con énfasis en la población infantil.		
Audiencia Externa		
Trabajadores de el Hato Corralito, y a los integrantes de la comunidad de El 12		
Estrategias		
Consolidar una imagen que le de identidad, pertenencia, profesionalismo y seriedad al proyecto del C.B.D.C para que los involucrados se sientan orgullosos de pertenecer a él, y lograr el interés de la comunidad lo suficientemente fuerte para sumar voluntarios que ayuden en la organización de actividades.	Establecer un comportamiento acorde a las actividades deportivas dentro de las instalaciones del C.D.B.C, reforzando que el campo deportivo es propiedad privada de INVEGA por lo que se debe seguir un código de conducta.	Promover la sana competencia entre el equipo Búfalos de Corralito y los equipos de la comunidad organizando torneos amistosos.
Acciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Logo y Slogan del Equipo Búfalos de Corralito • Diseño de uniformes del equipo "Búfalos de Corralito" • Diseño de la pizarra de anotaciones del Campo Deportivo Búfalos de Corralito(C.D.B.C) • Adquisición de los equipos esenciales para la práctica del deporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento con la normativa del uso del C.D.B.C • Creación del afiche de Bienvenida • Creación del afiche de ATENCIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar a un entrenador que promueva prácticas semanales • Invitar a los jóvenes de la comunidad a: Clínicas de práctica de bateo con jugadores de trayectoria. • Seguimiento de los comentarios de los participantes para futuras mejoras.

11 Conclusión

Si bien es importante la imagen corporativa de las empresas, una empresa socialmente responsable entiende que el aporte a su entorno ayuda a mejorar su imagen, frente a comunidades, gobiernos y otras organizaciones. En la Venezuela actual esto es una necesidad, pues no solo es vista como un complemento al ordenamiento legal propuesto por el Estado, si no que también cada vez más empresas reconocen la importancia de contribuir con la comunidad, sacando de esto un beneficio mutuo.

Claro que las comunicaciones entre empresa y comunidades no siempre son sencillas, pero un plan estratégico de comunicación puede producir beneficios, liberando recursos humanos y materiales, así como promoviendo la participación del receptor, para que éste intervenga de manera directa en el proceso. Esta puede ser la fórmula de éxito al momento de realizar una gestión eficiente de la transmisión del mensaje en un plan de RSE.

Y es por esto que concluimos recalcando la importancia de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial, y que este vaya acompañado con la elaboración de un PECO para prevenir, facilitar, y recomendar los canales de comunicación para el éxito de este.

11.1 Recomendaciones Generales para LCH

Propuestas de creación de comité de comunicación. Este comité decidirá los mensajes a comunicar y los formatos a emplear, fijando plazos para conseguir resultados comunicacionales. Con la finalidad de aumentar su eficacia, dicho comité deberá estar dirigido por un solo portavoz de la organización, que tendría las siguientes responsabilidades:

- Reunirse con LCH e INVEGA para la propuesta de un plan de prevención de crisis: Un plan de prevención de crisis está diseñado para prevenir, con lógica y prudencia, cualquier situación de crisis en la organización con un rápido análisis interno del problema, con un conocimiento total de la empresa o institución (a nivel interno y externo) así como de todos sus públicos y grupos de interés social.
- Gestionar una política comunicativa interna y externa, dejando constancia de todas las decisiones tomadas, sin asumir responsabilidades ni asesoramiento legal. Centralizando toda la comunicación y eliminando todo tipo de mensajes contradictorios.

11.2 Recomendaciones del PECO

- Explorar la posibilidad del apoyo en las fincas vecinas para ayudar a construir o equipar el Campo Deportivo Búfalos de Corralito. Y de esta manera reforzar las relaciones entre los vecinos logrando que en este proyecto sea de gran importancia para la comunidad.

- Organizar reuniones periódicas con la comunidad, para evaluar el estado anímico hacia el plan de RSE. De esta manera, se podrán evaluar las fallas y cambios que se deban realizar.
- Proponer un instructor de beisbol dedicado al entrenamiento del equipo “Búfalos de Corralito”. Esto le dará formalidad y seriedad a la propuesta de la creación del equipo.

12 Abreviaciones

- PFC: Proyecto Final de Carrera
- PECO: Plan Estratégico Comunicacional
- INVEGA: Inversiones Venezolanas Ganaderas
- LCH: Fundación La Compañía Humana
- GEM: Grupo Empresarial Maldonado
- RSE: Responsabilidad Social Empresarial
- PPC: Plan de Prevención de Crisis
- C.D.B.C: Campo Deportivo Búfalos de Corralito

13 Referencias

- Arturo, T. (29 de Octubre de 2003). *Gentio Polís*. Recuperado el 12 de Enero de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-comunicacion-para-el-cambio-organizacional/>.
- CRUZ, C. A.–M. (2011). *AVANCES DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN VENEZUELA*. (E. S. S., Ed.) Caracas: Investigadores Venezolanos de la Comunicación (Invecom).
- Fuentes, G. (Enero de 2012). El desarrollo de habilidades de comunicación. 32.
- HENAO, M. R. (2009). *PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES (PECO) EMPRESA ALICOLSA S.A – ALIMENTOS LIOFILIZADOS DE COLOMBIA*. UNIVERSIDAD DE LA SABANA, FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, Chía.
- LOSADA, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Martín, F. M. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. (U. C. Pablo, Ed.) España: Correspondencias & Análisis.
- Nosnik, A. (1996). *Comunicación y gestión organizacional*. Bucaramanga : Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- NOSNIK, A. O. (Septiembre de 2014). DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL A LA COMUNICACIÓN PRODUCTIVA: MODELO PROPUESTO POR ABRAHAM OSTROWIAK. (J. A. Chavarro, Entrevistador)
- Pascuali, A. (2009). *Comprensión de la comunicación*. Caracas: GEDISA.
- Ramírez, J. (2013). Comunicación y Responsabilidad social. *Imagen y Comunica* (39), 34.
- Romo, R. S. (2001). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: UN MODELO APLICABLE A LA MICROEMPRESA*. Mexico: TEACS.

14 Anexos

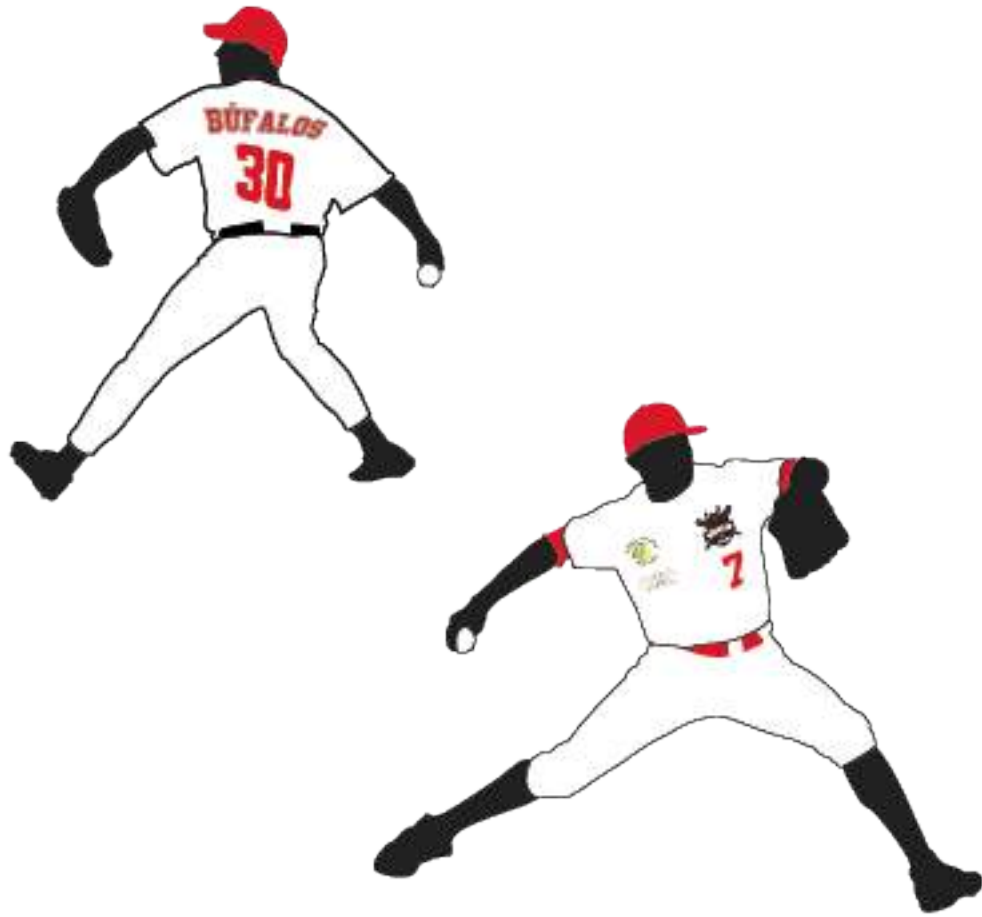
Anexo 1: Logo “Búfalos de Corralito”



Logo + Slogan "Búfalos de Corralito"



Anexo 2: Uniforme equipo “Búfalos de Corralito”





Anexo 3: Señaléticas

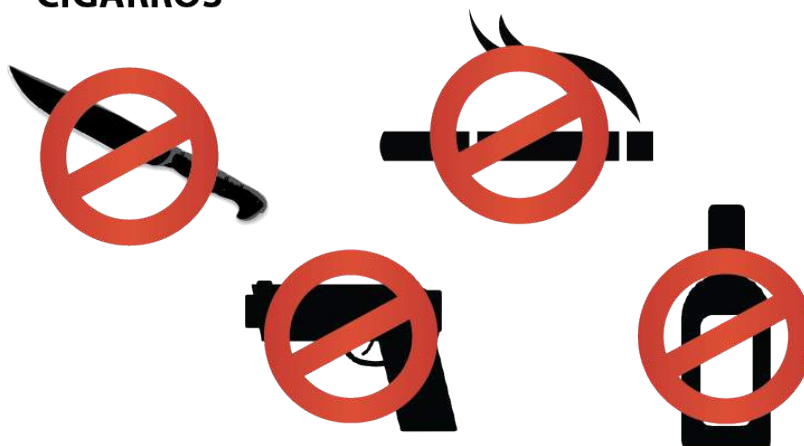


CAMPO DEPORTIVO BÚFALOS DE CORRALITO


ATENCIÓN

NO SE PERMITIRÁ LA ENTRADA CON:

- BOTELLAS DE VIDRIO
- ALCOHOL
- ARMAS DE FUEGO
- ARMAS BLANCAS
- CIGARROS



Anexo 4: Pizarra C.D.B.C

BÚFALOS		CAMPO DEPORTIVO BÚFALOS DE CORRALITO						VISITANTES						
LINE UP		 <i>Nos embarramos en Beisbol</i>						LINE UP						
	P													
	C													
	1B													
	2B													
	3B													
	SS	AL BATE	BOLA	STRIKE	OUT	H/E								
	LF													
	CF													
	RF													
VISITANTES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	CARRERA	HITS	ERR
HOME CLUB														

Anexo 5: Manual de uso del Campo Deportivo Búfalos de Corralito

REGLAMENTO DE USO DEL CAMPO

DEPORTIVO BÚFALOS DE CORRALITO



Tabla de contenido

REGLAMENTO DE USO DEL CAMPO 1	
DEPORTIVO BÚFALOS DE CORRALITO	1
TITULO I.- CONSIDERACIONES GENERALES.	3
TITULO II.- REGLAMENTO DE SERVICIOS GENERALES	4
TITULO III.- REGLAMENTO DE LAS INSTALACIONES	5
TITULO IV.- DESCRIPCION DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS Y NORMATIVAS PARTICULARES.	8

Abreviaciones:

- C.D.B.C: Campo Deportivo Bufalos de Corralito

TITULO I.- CONSIDERACIONES GENERALES.

Capítulo 1

Artículo 1: Es objeto principal del Campo Deportivo Búfalos de Corralito, la protección, fomento y desarrollo de las actividades físico-recreativas, y en general, la actividad deportiva que pretenda ejercitar cualquier persona.

Artículo 2: Las Instalaciones Deportivas permanecerán abiertas al público y cualquier ciudadano/a podrá acceder a las mismas y utilizarlas, de acuerdo al Reglamento vigente.

Artículo 3: En la Instalación podrán practicarse los deportes a los que especialmente esté destinada. Será también posible la práctica de otros deportes, siempre que se pueda técnicamente y previa con autorización. Esta será otorgada discrecionalmente.

Artículo 4: Las Instalaciones Deportivas podrán ser destinadas al deporte educativo escolar, al del ocio, al de competición y de forma puntual a actividades de carácter social que cumplan los requisitos que para cada caso se contemplen.

TITULO II.- REGLAMENTO DE SERVICIOS GENERALES

Capítulo 2

Artículo 5: Los usuarios/as deberán cumplir las siguientes obligaciones:

- *Usar las Instalaciones y Servicios con un buen trato y cuidado correcto.
- *Guardar el debido respeto a los demás abonado/as o usuario/as, observando la compostura necesaria para la buena convivencia.
- *Satisfacer puntualmente la reserva de horarios, previamente concedida.
- *Acatar y cumplir cuantas normas e instrucciones dicte la Junta Rectora por sí o a través del personal de las Instalaciones.

Artículo 6: Todo incumplimiento del Reglamento actual vigente es susceptible de sanción. Estas sanciones las impondrá la Junta Rectoral. Estas se impondrán según la gravedad del hecho, teniéndose en cuenta las reincidencias, y podrán llegar a ser causa de baja como usuario/a. En el caso de que la infracción causara pérdida económica por rotura o deterioro de algún servicio, mobiliario, etc. de la instalación, el causante deberá abonar su importe, además de la correspondiente sanción.

TITULO III.- REGLAMENTO DE LAS INSTALACIONES

Capítulo 3

Artículo 7: Lo/as usuario/as ayudarán a mantener la instalación limpia, colaborando con los empleados, utilizando las papeleras que se hallan repartidos por todas las zonas de la instalación. Deberán respetar y cuidar todo el mobiliario, bancos, jardines, arbolado, etc.

Artículo 8: Utilizarán la instalación deportiva únicamente en la especialidad deportiva que esté autorizado practicar.

Artículo 9: Dentro de los recintos deportivos, únicamente se encontrarán lo/as deportistas, entrenadores/as, delegado/as y árbitros, ubicándose el resto de acompañantes en los graderíos.

Respetarán los horarios de funcionamiento de la instalación, atendiendo a las indicaciones de lo/as empleado/as en este sentido.

Artículo 10: Lo/as usuario/as deberán guardar la debida compostura y decencia, respetando a lo/as demás usuario/as en su faceta social y deportiva.

Artículo 11: El C.D.B.C se reservará la facultad de cerrar temporalmente las instalaciones por limpieza o programaciones propias como competiciones, partidos, cursos u otros eventos que estime oportunos.

Artículo 12: : El C.D.B.C no se responsabiliza de los objetos o dinero que falten a lo/as usuario/as y exhorta a lo/as mismo/as a acudir al campo sin objetos de valor e incluso sacar, de forma recogida, sus objetos a la cancha.

Artículo 13: El/la usuario/a deberá guardar la debida compostura y decencia, en general toda actividad que pueda molestar a lo/as demás usuario/as será sancionada.

Artículo 14: Los actos de vandalismo y mal comportamiento, darán lugar a sanciones que pueden ocasionar la retirada automática del campo, la expulsión inmediata de la instalación así como la reparación, reposición y/o abono de los daños ocasionados.

Artículo 15: Las instalaciones podrán ser reservadas a partir de siete días antes de la hora que esté disponible. La reserva se realizará mediante la anotación de una lista.

Artículo 16: La concesión de uso para los entrenamientos u otras reservas, quedará supeditada a los actos organizados o autorizados por el C.D.B.C. No habiendo lugar a reclamaciones cuando por dicha circunstancia haya de suspenderse o variarse el horario o algún entrenamiento anteriormente autorizado. No obstante, siempre que sea posible, se comunicará dicho extremo al menos con 48 horas de antelación.

Artículo 17: Para el buen cuidado de la instalación lo/as integrantes de los usuarios tienen la obligación de poner en conocimiento de lo/as empleado/as todas las anomalías o desperfectos encontrados, siendo de mayor gravedad el no hacerlo con los producidos por ello/as mismo/as.

Artículo 18: La práctica deportiva, sea la especialidad que sea, se realizará con el material y la vestimenta adecuada, no sólo en cuanto a uniformidad, sino en cuanto a proteger las condiciones de la cancha.

Artículo 19: Las concesiones se otorgarán de acuerdo con los criterios técnicos del C.D.B.C a la vista de las solicitudes presentadas, siendo algunos de estos criterios:

- * Que estén ubicados o relacionados con la zona de influencia de la instalación.
- * Que sean grupos estables, como medio de favorecer el asociacionismo deportivo, frente a grupos informales, inestables y faltos de estructura.
- * Que colaboren con los intereses de la zona y del C.D.B.C
- * Que cumplan las obligaciones previamente establecidas (observancia del orden, etc.)

Artículo 20: La venta y consumo de bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones de C.D.B.C está absolutamente prohibida.

El usuario que viole este segmento del reglamento será inmediatamente excluido del mismo prohibiendo su entrada en futuras ocasiones.

TITULO IV.- DESCRIPCION DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS Y
NORMATIVAS PARTICULARES.

Capítulo 4

Artículo 20:

Campo Deportivo:

a).-Descripción. Se entiende por Campo Deportivo las instalaciones que albergan al menos una cancha polideportiva cubierta con sus respectivos servicios.

c).-Reglamento Particular. Además de la Reglamento General para Usuario/as, para la utilización del Campo Deportivo se tendrá en cuenta lo siguiente:

-Se accederá a la cancha únicamente con ropa y calzado deportivo adecuado.

-La hora de acceso y desocupación de la cancha será las que efectivamente tengan reservadas, no pudiéndose ocupar ésta para precalentamientos etc.

-Cuando se trate de competiciones oficiales, se permitirá el acceso a la cancha a los equipos un cuarto de hora antes para realizar el calentamiento, desocupando estos la cancha en el momento de finalizar la competición.

-Todos los accesorios necesarios para la práctica deportiva, que sean móviles, serán debidamente colocados y retirados por lo/as usuario/as, para lo cual serán asesorados por el personal del C.D.B.C. El material que cada equipo deje en el Campo, deberá estar recogido en cestas, redes o bolsas propiedad del C.D.B.C, no haciéndose la instalación responsable del mismo.

Anexo 6: Presupuesto para la adecuación del Campo



PRESUPUESTO CAMPO BEISBOL CORRALITO

ESCENARIO BÁSICO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO POR HA
NIVELACIÓN PARCIAL CON PATROL Y RELLENO CON MATERIAL DE SITIO (SC- MO)	HORA	3,00	84.000,00	252.000,00	249.603,8035
CERCADO CONVENCIONAL PROVISIONAL EXTERNO LINDEROS (SHILLOS) (SC- MO)	ML	225,00	453,33	101.999,25	101.030,1109
CERCADO ALFAJOR INTERNO (FRENTE A LOS DOGOUT)	ML	12,00	46.769,72	561.236,64	555.900,0000
BACKSTOP (ECONÓMICOS SIN ANTICORROSIVO DISEÑO ESTANDAR)	UD	1,00	1.122.467,91	1.122.467,91	1.111.794,6811
BASES	IGO	1,00	16.800,00	16.800,00	16.640,2536
HOMEPLATE	UD	1,00	18.598,72	18.598,72	18.421,8700
PITCHERPLATE	UD	1,00	8.800,00	8.800,00	8.716,3233
DELIMITACIÓN DE CAMPO	UD	1,00	28.098,56	28.098,56	27.831,3788
PORTON DE ACCESO	UD	1,00	100.000,00	100.000,00	99.049,1284
DOGOUT	UD	2,00	415.372,58	830.745,16	822.854,8457
TOTAL				3.040.747,00	3.011.833,3952

Anexo 7: Cronograma tentativo de actividades para la ejecución de campo



Cronograma tentativo de actividades para la ejecución de campo

ETAPA	No.	Actividades	Semana																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
I	1	Diseñar y dimensionar el campo de Béisbol (boceto)	█																				
	2	Realización del diseño de campo de beisbol en plano		█	█	█																	
	3	Medición del terreno			█	█	█																
	4	Realización de levantamiento topográfico				█	█	█															
	5	Realización de plano de perfil de suelo					█	█	█														
II	6	Establecer ubicación definitiva en el plano y ára a utilizar					█	█															
	7	Nivelación del terreno						█	█														
	8	Colocación de cerca convencional externa para delimitar área a utilizar							█	█													
	9	Establecer kilómetros de cercado de cercado de alfiler								█	█												
	10	Procura y transporte de material al sitio									█	█											
	11	Ejecución de cercado convencional para delimitación externa										█	█										
	12	Cotización de bases, pitcher plate, y home plate											█	█									
	13	Comprar bases, pitcher plate, y home plate												█	█								
	14	Delimitación de área de juego con cal blanca													█	█							
	15	Diseñar y dimensionar Backstop														█	█						
III	16	Computos métricos para Backstop														█	█						
	17	Presupuestar ejecución Backstop															█	█					
	18	Suministro e instalación e instalación de materiales para backstop																█	█				
	19	Suministro e instalación de porton para acceso a la cancha																	█	█			
	20	Diseñar, dimensionar y cotizar ejecución de Dogout																		█	█		
IV	21	Suministro y ejecución de Dugout																		█	█		
	22	Procura y colocación de cerca interna con malla cición calibre 11																			█	█	

█ Ejecutadas
 █ Pendientes

Anexo 8: Logo INVEGA



Anexo 9: Logo LCH



Anexo 10: Logo GEM



Anexo 11: Entrevista Miembro del Consejo Comunal El 12

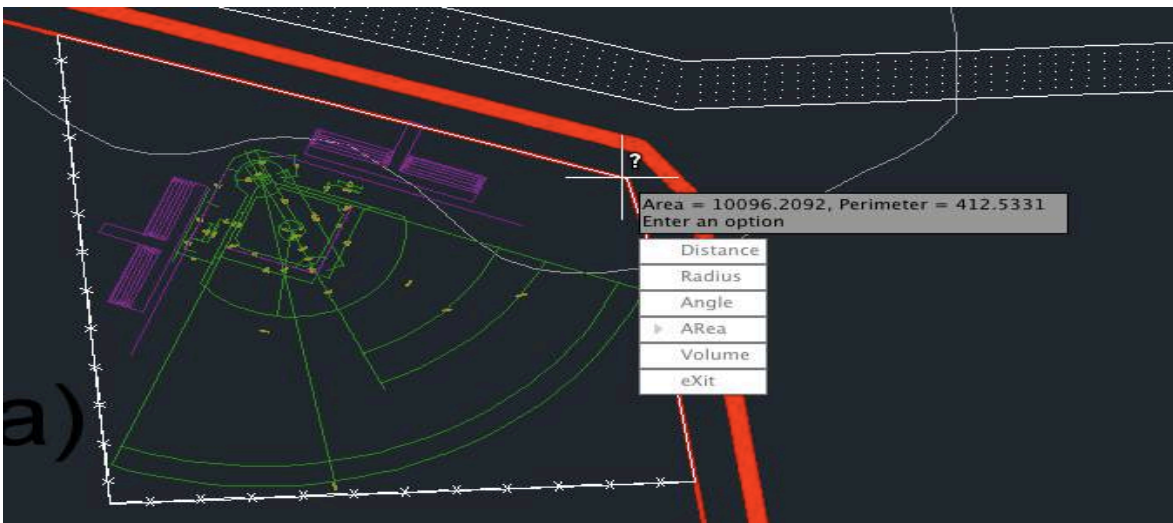




Anexo 12: Terreno destinado a ser el C.D.B.C



Anexo 13: Plano Campo Beisbol, Hato Corralito, Área estimada : 1,009 HA



Anexo 14: LCH en la primera donación de uniformes deportivos



Anexo 15: Centro de Formación Barrera, Valencia



Anexo 16: Primera Minuta explicando el problema en Corralito

Hato Corralito, 16 de octubre de 2015

Minuta de la reunión sobre la situación presentada en el área de terreno destinada por la empresa para el desarrollo de actividades deportivas

Asistentes:

Por el Consejo Comunal Kilometro Doce: Rubén Díaz -0416 0228065, 0426 2440959-, Anyer Gamarra -0416 1152733-, Arnaldo Ramírez (hermano del tractorista del hato) -0416 0219608-, Ana Ester Ortiz -0412 1991574-, José Agustín Ortiz -0426 1427565-, Ernesto Ramirez, Wilimar Macho (Trabajador del hato)

Por la empresa: Michael Hunter, Sol Ángel Rivero, Argenis Gómez, Desirée Rodríguez.

Resumen y Conclusiones de la reunión:

1. Resumen de la intervención de representantes del Consejo Comunal.

- Agradecieron el espacio dispuesto por la empresa para el desarrollo de la actividad deportiva, toda vez que la comunidad “El Doce” no cuenta con terreno para jugar softbol y beisbol;
- Agradecieron los uniformes que le donó la Fundación La Compañía Humana;
- Reconocieron y a su vez pidieron disculpas, porque las construcciones que realizaron en el área de terreno en Hato Corralito dispuesto para el desarrollo del deporte por la empresa, incluyendo lo que llamaron “la brocha” (el falso en el lindero para ingresar al terreno) tenían como fin lograr una respuesta por parte de la empresa, toda vez que ya habían transcurrido más de 8 meses desde el momento que entregaron la solicitud de donación de un terreno y sólo se les había informado del permiso para hacer prácticas en el terreno;
- Manifestaron la expectativa que tienen de otros espacios (áreas de terreno en el hato) para otros proyectos, entre ellos habitacional;
- Informaron que en el terreno se han realizado competencias (también lo denominaron “pote”) y que con la venta de comida y bebida han podido comprar ciertos implementos deportivos;
- Informaron que han recibido ayuda de la ONA (implementos deportivos) y en este momento estaban trabajando en un proyecto

para solicitar una colaboración por parte del mismo organismo (ONA) para realizar construcciones en el terreno con la finalidad de habilitar el espacio adecuadamente;

- Comentaron lo costoso de los implementos deportivos;
- Informaron que la comunidad “El Doce” cuenta con cuatro (4) equipos: Softbol y Beisbol Masculino; Beisbol Juvenil; Softbol Femenino);
- Manifestaron la necesidad que tienen de que el espacio se adecue cuanto antes;
- Propusieron se cercara el espacio para evitar que el ganado se pase;
- Solicitaron se considerara la construcción de un baño en el terreno;
- Informaron que colocaron un candado en la brocha (el falso de ingreso al campo deportivo)

2. Resumen de la intervención de representantes de C.A. Invega y Fundación La Compañía Humana.

- Se les explicó que el área de terreno donde se autorizó hacer las practicas de softbol y beisbol corresponde al espacio que la empresa destinó para el desarrollo de su propia actividad deportiva, por lo que no es una donación;
- Se dejó claro que siendo que la empresa es la propietaria del terreno es a ella a quien corresponde hacer cualquier tipo de construcción y/o adecuación, además de ejercer el control sobre el espacio de terreno;
- Se les informó que la empresa está procurando obtener fondos de la banca para la adecuación del área de terreno para el desarrollo de la actividad deportiva;
- Se les explicó que esa área de terreno además de servir para el desarrollo del deporte entre trabajadores de la empresa también la comunidad de “El Doce” está invitada a participar en la misma actividad;
- Se les explicó las implicaciones y consecuencias de vender bebidas alcohólicas en el terreno;
- Se les expresó la inconveniencia de preparar comidas en el terreno;
- Se les explicó que el desarrollo de la actividad deportiva en el terreno debe ser organizada, planificada, coordinada. Es por ello, que esta es la primera de muchas reuniones que sostendremos;

3. Conclusiones:

- La empresa no va a donar el terreno. Con esto, implícitamente se les dio la misma respuesta a sus expectativas de donación de otros espacios;
- Todo lo que es la adecuación del campo deportivo lo realizará sólo la empresa como propietaria del terreno. Nos comprometimos a construir o adecuar lo básico mientras la banca da respuesta, inclusive la estructura de acceso al campo deportivo;
- Prohibida la venta de bebidas alcohólicas en el terreno;
- Realización de juegos previa notificación y coordinación con el administrador del hato;
- Entrega al administrador del hato de una copia de la llave del candado que pusieron en el falso para ingresar al campo deportivo;

4. Puntos pendientes:

- Venta de comida en el terreno;

5. Consideraciones

- Las construcciones que realizaron estas personas en el terreno fue durante la ausencia por vacaciones del administrador habiendo quedado encargado uno de los trabajadores del hato, quien le expresó al administrador que él no se enfrentaría a su comunidad. Esto nos hace reflexionar de que no podemos dejar encargado de las unidades de producción a trabajadores de la zona;
- Durante la reunión no percibimos malicia de los representantes del Consejo Comunal que asistieron;
- La comunidad “EL 12” –como muchas otras- necesitan que se les ayude. No perdamos la oportunidad de hacerlo a tiempo;
- Tenemos que generar un ambiente de confianza;

Próxima reunión: miércoles 28.10.2015 a las 03:00 pm

Elaborado por: Desirée del Valle Rodríguez Betancourt