



# **Estrategia comunicacional para la promoción del proyecto**

**Vetiver y la gente  
Fundación Empresas Polar**



**Nancy Branger - Jesús Betancourt**

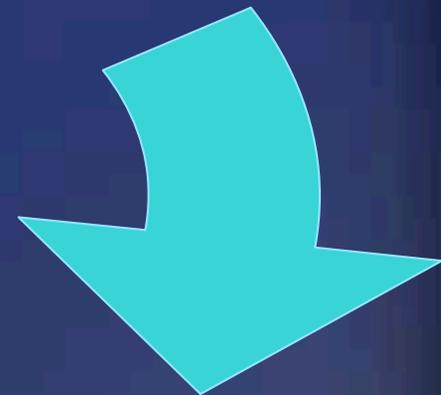
**RESULTADOS**

**FORMACIÓN**



**COMUNICACIÓN**

**INTERACCIÓN**



# Estrategia comunicacional

## Promoción Proyecto Vetiver

ICV-4



# *Recursos radiofónicos*

**Sugestión**

**Estímulo a la  
imaginación**



**Comunicación  
Afectiva**

**Palabra-  
Emoción**

**Empatía**

**Respuestas de los  
oyentes**

# Medios



•Talleres: Mapas Mentales  
Estrategia de aprendizaje  
dinámico, creativo, efectivo.  
Interacción dinámica.

- Seis programas de radio
- Refuerzo sostenido
- Micros y avances
- Plena difusión



# Estrategias didácticas



Mapas Mentales  
Planificación  
Estrategias  
comunicacionales

Dinámicas de grupo  
Manejo de conflictos  
Credo Vetiver



# Comunicar



# Compartir



# Exponer



# VISITAS

Se observó:  
Trabajo en equipo que educa,  
motiva y fortalece valores.



# Experiencias y resultados



**Difusión permanente de la actividad del equipo facilitador del proyecto Vetiver de Fundación Empresas Polar.  
Trabajo de motivación en la comunidad.**

**La Hormiga el 25 de abril de 2006, enmarcado en el proyecto *Fortalecimiento a comunidades rurales del estado Monagas.***

# Origen y aplicaciones

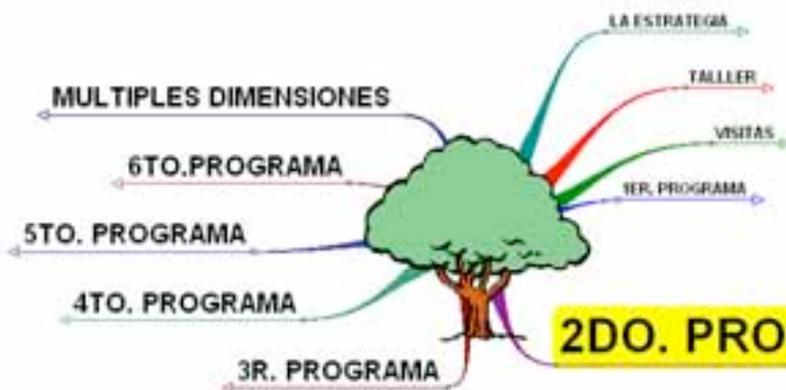
T – 1 inicio

El público pudo conocer un ejemplo de desarrollo endógeno y su impacto en la calidad de vida



# Información Antecedentes

T – 2 impacto



DR. OSCAR RODRIGUEZ  
RED LATINOAMERICANA DE VETIVER  
ANTECEDENTES  
LO CIENTIFICO  
LO ECONOMICO

# Promoción del Proyecto Vetiver



T – 3 Pocos recursos

**OSWALDO LUQUE**

**EL PROYECTO. Objetivo, métodos y procedimientos.**

**COMO SE HACE**

**QUIENES SE BENEFICIAN**

**TRASCENDENCIA**

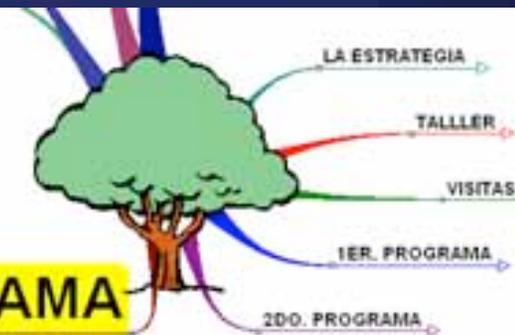
**IMPACTO SOCIAL**

**CONTRALORIA SOCIAL**

**LAS INSITUCIONES INVOLUCRADAS**

**Las escuelas. Efecto multiplicador**

**3ER. PROGRAMA**



**Objetivo fundamental:  
“Contribuir a aliviar las  
disparidades sociales”**

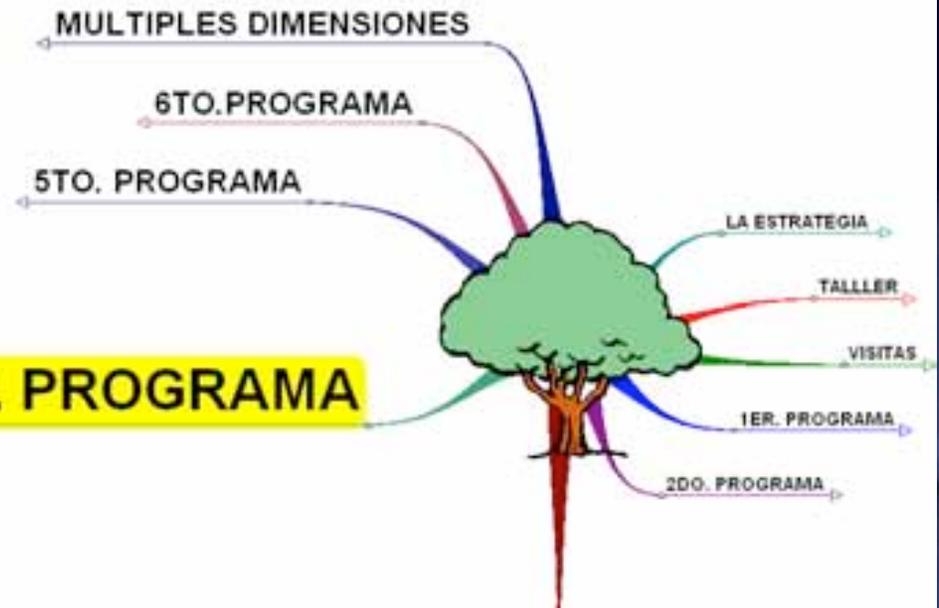
# Siembra y cosecha

T – 4 metodo



GRACE RIVERO  
EDGAR CEBALLOS  
LA SIEMBRA Y LA COSECHA  
LA FIBRA  
LAS ARTESANIAS  
RESULTADOS

**4TO. PROGRAMA**



# Lo institucional

T – 5 Por qué venezuela

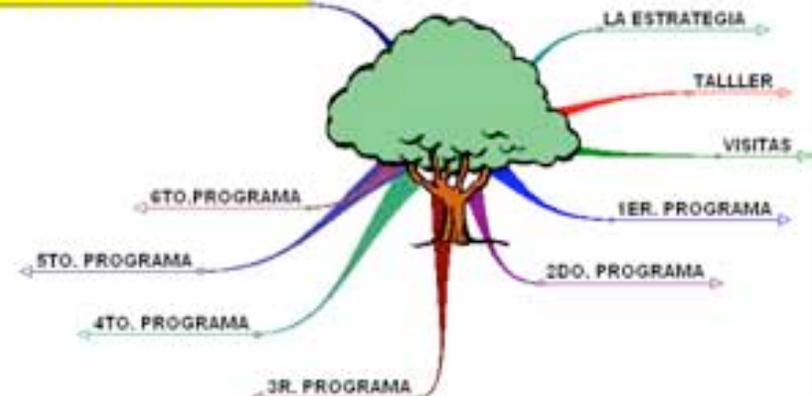


# Impacto en la comunidad



Humano  
Ecologico  
Economico  
Social  
Lecciones aprendidas

## MULTIPLES DIMENSIONES



# Programa especial

## Promoción del IVCV

T – 6 Nancy



# Ventajas de la estrategia

**Amplia difusión**

**Acceso directo  
a los hogares**

**Simultaneidad**

**Bajo costo**



**Instantaneidad**

**Largo Alcance**

# Claves de esta estrategia comunicacional

IV Conferencia Internacional  
sobre Vetiver –ICV-4–



- Trabajo en equipo
- Múltiples enfoques del tema
- Lenguaje sencillo
- Empatía
- Compromiso
- Difusión sostenida
- Receptividad del público



# Compromiso profesional



Nuestro reto, como comunicadores sociales, es realizar programas que tengan contenido y objetivos capaces de captar el interés de los radioescuchas y responder a sus necesidades.



El Proyecto Vetiver de Fundación Empresas Polar nos brindó la oportunidad de una experiencia comunicacional exitosa.

Agradecemos su confianza y receptividad.

A todos ustedes...

*Gracias*

Nancy Branger - Jesús Betancourt





*Más Allá de lo Clásico*

*Domingos de 9:00am a 11:00am*

[www.victoriafm.net](http://www.victoriafm.net)

[nbranger@gmail.com](mailto:nbranger@gmail.com)

*Venezuela*

*Teléfono: 0414-491.9103*