



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

**ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DEL FORO SOBRE CONSUMO  
RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS “NO TE BORRES”**

Autores:  
Lucena Campos, Johana Victoria  
Sencherman Díaz, Shelly  
Vera Pérez, Gabriela

Profesor coordinador:  
Ávila, Rafael

Caracas, 15 de marzo de 2018

## **DERECHO DE AUTOR**

Quienes suscribimos, en condición de autoras del trabajo titulado **FORO SOBRE CONSUMO RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS “NO TE BORRES”**, declaramos que cedemos a título gratuito, en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable, a la Universidad Monteávila los derechos de autor de contenido patrimonial que nos corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial solo comprenderá el derecho de la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente en el ámbito de la República Bolivariana de Venezuela, así como la de salvaguardar nuestro interés y derecho que nos corresponde como autores de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a nuestras personas, salvo los créditos que se hace a tutor o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

---

**Johana Victoria  
Lucena Campos  
C.I.: 24.313.736**

---

**Shelly Sencherman  
Díaz  
C.I.: 24.947.054**

---

**Gabriela Vera  
Pérez  
C.I.: 24.982.377**

En la ciudad de Caracas, a los 15 días del mes de marzo de 2018

## AGRADECIMIENTOS

A **nuestros padres**, Mary Campos, Víctor Lucena, Norma Díaz, Jaime Sencherman, y Juan Ignacio Vera, Clementina Perez y Sandra Puente; a quienes les debemos nuestra existencia y formación, por darnos su apoyo incondicional a lo largo de nuestras vidas y carrera universitaria, por aconsejarnos siempre de la mejor manera y llenarnos de cariño.

A **todos aquellos** que nos brindaron su apoyo y nos acompañaron durante este proceso, Manuel Monasterios, Camila Mirabal, Steven Wilson, Etna de Fagre, Adriana Angarita, Carla De Sousa, Anthuanet De Abreu, Giovanna Anzola y el Centro de Estudiantes de la Universidad Monteávila, Andrés Merola y el equipo de Snapshot C.A. y Cocos Altagua.

A **las autoridades** de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Monteávila, en especial a Felipe González y Mercedes González, por su guía, paciencia y asesoramiento incondicional en todo momento.

## **CONTENIDO**

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>19</b>
<b>PRESENTACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>19</b>
I.1 Modalidad del Proyecto	20
I.2 Justificación e importancia del proyecto	20
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>25</b>
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>25</b>
II.1 Elaboración de Anteproyecto	25
II.2 Aprobación de Anteproyecto	25
II.3 Reunión con las autoridades de la Universidad Monteávila	25
II.4 Solicitud de Patrocinantes y Colaboradores	26
II.5 Promoción del evento	26
II.6 Selección de personal de protocolo	27
II.7 Solicitud de locación, equipos y permisología	27
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>28</b>
<b>PROPUESTA</b>	<b>28</b>
III.1 Cronograma de las etapas de realización del evento	28
III.2 Pre-evento	30
III.2.1 Definir público meta	30

III.2.2 Definir día, fecha y lugar del evento	30
III.2.3 Organizar los comités de trabajo	30
III.2.4 Participantes	30
III.2.4.1 Modelo de carta de presentación para ponentes	30
III.2.4.2 Modelo de carta de agradecimiento para ponentes	31
III.2.4.3 Base de datos de ponentes	31
III.2.4.4 Currículos de ponentes	31
III.2.4.5 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento	31
III.2.5 Patrocinios y proveedores	33
III.2.5.1 Modelo de carta de presentación para Patrocinantes	33
III.2.5.2 Modelo de carta de agradecimiento para Patrocinantes	34
III.2.5.3 Base de datos de empresas	34
III.2.5.4 Explicación del tipo de patrocinio que se consiguió para el evento	34
III.2.6 Logística y planificación	35
III.2.7 Programa del evento	36
III.2.8 Identidad gráfica	36
III.2.8.1 Lenguaje acorde a la audiencia:	37
III.2.8.2 Imagen resaltante:	38
III.2.8.3 Presupuesto	39
III.2.9 Comunicación y promoción	39
<b>III.4 Post-evento</b>	<b>46</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>57</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>57</b>
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>58</b>

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>58</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>59</b>
ANEXO 1	61
CARTA PRESENTACIÓN CAMILA MIRABAL	61
ANEXO 2	62
CARTA PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO	62
ANEXO 3	63
CARTA PRESENTACIÓN MAYERLING VERA	63
ANEXO 4	64
CARTA PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE	64
ANEXO 5	65
CARTA AGRADECIMIENTO CAMILA MIRABAL	65
ANEXO 6	66
CARTA AGRADECIMIENTO JUAN GUERRERO	66
ANEXO 7	67
CARTA AGRADECIMIENTO MAYERLING VERA	67
ANEXO 8	68
CARTA AGRADECIMIENTO CLAUDIA VALENTE	68
ANEXO 9	69
CURRÍCULO CAMILA MIRABAL	69
ANEXO 10	70
CURRÍCULO CLAUDIA VALENTE	70
ANEXO 11	71
CURRÍCULO JUAN GUERRERO	71
ANEXO 12	72

CURRÍCULO MAYERLING VERA	72
ANEXO 13	73
CARTA PRESENTACIÓN SNAPSHOT C.A.	73
ANEXO 14	74
CARTA PRESENTACIÓN COCOS ALTAGUA C.A.	74
ANEXO 15	75
CARTA AGRADECIMIENTO SNAPSHOT C.A.	75
ANEXO 16	76
CARTA AGRADECIMIENTO COCOS ALTAGUA C.A.	76
ANEXO 17	77
CUENTA DE INSTAGRAM SNAPSHOT C.A	77
ANEXO 18	78
IMAGEN PUBLICADA POR SNAPSHOT C.A	78
ANEXO 19	79
CERTIFICADO CAMILA MIRABAL	79
ANEXO 20	80
CERTIFICADO MAYERLING VERA	80
ANEXO 21	81
CERTIFICADO CLAUDIA VALENTE	81
ANEXO 22	82
CERTIFICADO JUAN GUERRERO	82
ANEXO 23	83
LOGO “NO TE BORRES”	83
ANEXO 24	84
POSTER DEL EVENTO	84

ANEXO 25	85
NOTA DE PRENSA	85
ANEXO 26	87
PUBLICACIÓN I	87
ANEXO 27	88
PUBLICACIÓN II	88
ANEXO 28	89
PUBLICACIÓN III	89
ANEXO 29	90
PUBLICACIÓN IV	90
ANEXO 30	91
PUBLICACIÓN V	91
ANEXO 31	92
PUBLICACIÓN VI	92
ANEXO 32	93
PUBLICACIÓN VII	93
ANEXO 33	94
PUBLICACIÓN DE FECHA	94
ANEXO 34	95
CONSEJO PARTE I	95
ANEXO 35	96
CONSEJO PARTE II	96
ANEXO 36	97
CONSEJO PARTE III	97
ANEXO 37	98



PUBLICACIÓN SIMPÁTICA	98
ANEXO 38	99
PUBLICACIÓN JUAN GUERRERO	99
ANEXO 39	100
PUBLICACIÓN CLAUDIA VALENTE	100
ANEXO 40	101
PUBLICACIÓN MAYERLING VERA	101
ANEXO 41	102
PUBLICACIÓN CONCURSO	102
ANEXO 42	103
ANUNCIO COCOS ALTAGUA C.A	103
ANEXO 43	104
PUBLICACIÓN CAMILA MIRABAL	104
ANEXO 44	105
PUBLICACIÓN CIVILIZARTE	105
ANEXO 45	106
PUBLICACIÓN RECORDATORIO	106
ANEXO 46	107
HISTORIA I	107
ANEXO 47	108
HISTORIA II	108
ANEXO 48	109
HISTORIA III	109
ANEXO 49	110
HISTORIA IV	110

ANEXO 50	111
CORREO ENVIADO	111
ANEXO 51	113
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA I	113
ANEXO 52	114
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA II	114
ANEXO 53	115
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA III	115
ANEXO 54	116
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA IV	116
ANEXO 55	117
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA V	117
ANEXO 56	118
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA VII	118
ANEXO 57	119
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA VIII	119
ANEXO 58	120
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA IX	120
ANEXO 59	121
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA X	121
ANEXO 60	122
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XI	122
ANEXO 61	123
PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XII	123
ANEXO 62	124

PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XIII	124
ANEXO 63	125
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE I	125
ANEXO 64	126
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE II	126
ANEXO 65	127
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE III	127
ANEXO 66	128
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE IV	128
ANEXO 67	129
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE V	129
ANEXO 68	130
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VI	130
ANEXO 69	131
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VII	131
ANEXO 70	132
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VIII	132
ANEXO 71	133
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE IX	133
ANEXO 72	134
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE X	134
ANEXO 73	135
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XI	135
ANEXO 74	136
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XII	136

ANEXO 75	137
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIII	137
ANEXO 76	138
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIV	138
ANEXO 77	139
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XV	139
ANEXO 78	140
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVI	140
ANEXO 79	141
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVII	141
ANEXO 80	142
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVIII	142
ANEXO 81	143
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIX	143
ANEXO 82	144
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XX	144
ANEXO 83	145
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXI	145
ANEXO 84	146
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXII	146
ANEXO 85	147
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXIII	147
ANEXO 86	148
PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXIV	148
ANEXO 87	149

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXV	149
ANEXO 88	150
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO I	150
ANEXO 89	151
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO II	151
ANEXO 90	152
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO III	152
ANEXO 91	153
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO IV	153
ANEXO 92	154
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO V	154
ANEXO 93	155
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VI	155
ANEXO 94	156
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VII	156
ANEXO 95	157
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VIII	157
ANEXO 96	158
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO IX	158
ANEXO 97	159
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO X	159
ANEXO 98	160
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XI	160
ANEXO 99	161
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XII	161

ANEXO 100	162
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XIII	162
ANEXO 101	163
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XIV	163
ANEXO 102	164
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XV	164
ANEXO 103	165
PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XVI	165
ANEXO 104	166
FOTOS EVENTO I	166
ANEXO 105	167
FOTOS EVENTO II	167
ANEXO 106	168
FOTOS EVENTO III	168
ANEXO 107	169
FOTOS EVENTO IV	169
ANEXO 108	170
FOTOS EVENTO V	170
ANEXO 109	171
FOTOS EVENTO VI	171
ANEXO 110	172
FOTOS EVENTO VII	172
ANEXO 111	173
FOTOS EVENTO VIII	173
ANEXO 112	174

FOTOS EVENTO IX	174
ANEXO 113	175
FOTOS EVENTO X	175
ANEXO 114	176
FOTOS EVENTO XI	176
ANEXO 115	177
FOTOS EVENTO XII	177
ANEXO 116	178
FOTOS EVENTO XIII	178
ANEXO 117	179
FOTOS EVENTO XIV	179
ANEXO 118	180
FOTOS EVENTO XV	180
ANEXO 119	181
FOTOS EVENTO XVI	181
ANEXO 120	182
FOTOS EVENTO XVII	182

## LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS

### Tablas

Tabla 1. Base de datos ponentes	31
Tabla 2. Base de datos Empresas	34
Tabla 3. Programa del evento.	36
Tabla 4. Presupuesto del evento.	39
Tabla 5. Base de dato de medios.	40
Tabla 6. Opinión del atractivo del evento	46
Tabla 7. Relevancia del tema consumo responsable de bebidas alcohólicas	47
Tabla 8. Desempeño de Mayerling Vera	48
Tabla 9. Desempeño de Claudia Valente	49
Tabla X. Desempeño de Juan Guerrero	50
Tabla 11. Aprobación de la anfitriona Camila Mirabal	51
Tabla 12. Medios de promoción del evento	52
Tabla 13. Contenido del evento	53
Tabla 14. Valoración del evento	54
Tabla 15. Relevancia del evento para la Universidad Monteávila	55

### Graficos

Gráfico I. Opinión del atractivo del evento	46
Gráfico II. Relevancia del tema consumo responsable de bebidas alcohólicas	47
Gráfico III. Desempeño de Mayerling Vera	48



Gráfico IV. Desempeño de Claudia Valente	49
Gráfico V. Desempeño de Juan Guerrero	50
Gráfico VI. Aprobación de la anfitriona Camila Mirabal	51
Gráfico VII. Medios de promoción del evento	52
Gráfico VIII. Contenido del evento	53
Gráfico IX. Valoración del evento	54
Gráfico X. Relevancia del evento para la Universidad Monteávila	55

## RESUMEN

*Organización y ejecución del foro sobre consumo responsable de bebidas alcohólicas  
“No Te Borres”*

Autores: Johana Victoria Lucena Campos

Shelly Sencherman Díaz

Gabriela Vera Pérez

Tutor: Rafael Ávila

Caracas, marzo de 2018

Eventos sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas se realizan con frecuencia en instituciones educativas para concienciar a adolescentes y adultos jóvenes sobre las consecuencias del consumo indiscriminado de bebidas alcohólicas. Este tipo de actividades atienden a la necesidad de dar a conocer a la juventud una información que es imperativo conozcan en esa etapa de la vida, en la que están más propensos a dejarse seducir por los excesos. Sin embargo, la tónica empleada por maestros, profesores y especialistas en la materia para impartir estas enseñanzas no siempre está ajustada al *target* hacia el cual va dirigida. El propósito principal del foro de consumo responsable de bebidas alcohólicas “No Te Borres” fue crear conciencia sobre un tema de habitual discusión de una manera distinta; utilizando un tono comunicacional jocoso y cercano a su público meta, y con esto probar que se puede educar para la vida con mayor eficacia. “No Te Borres” se organizó para los estudiantes de la Universidad Monteávila. Con base en lo anterior, se utilizó la red social Instagram como medio principal de promoción del evento, publicando periódicamente imágenes entretenidas con las que los usuarios se pudieran identificar y que captara su interés en asistir al evento. En primera instancia se observó que la estrategia publicitaria dio buenos resultados al obtener una asistencia masiva por parte de los estudiantes. Finalmente, se utilizó la encuesta como herramienta para medir la percepción que los asistentes tuvieron del evento. Los resultados fueron los esperados. La mayoría de los encuestados recibió de manera positiva el concepto del foro, su tono, el contenido impartido por los moderadores y respondieron afirmativamente ante el cuestionamiento de la importancia que radica en la realización de este tipo de foros.

**Palabras claves: consumo responsable, bebidas alcohólicas, concienciar, tono comunicacional, evento.**

## CAPÍTULO I

### PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Después de varias exposiciones y charlas que ha habido en la Universidad Monteávila acerca del consumo excesivo de bebidas alcohólicas, se buscó hacer explícitas las consecuencias que traen este tipo de consumo en las personas en general y, especialmente, en los jóvenes universitarios. En tal sentido, se organizó un foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** con la finalidad de concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros. Dicho evento tuvo lugar en el auditorio principal de la Universidad Monteávila, el 22 de febrero de 2018 entre las 11:00 y 12:30 am, con una participación aproximada de 92 personas, ya que hubo una asistencia masiva que superó el aforo del salón.

Es preciso puntualizar, que el lema **“No Te Borres”** es utilizado comúnmente por los jóvenes caraqueños y, especialmente por los estudiantes de la Universidad Monteávila, para referirse a aquellos que actúan de manera insensata cuando están bajo los efectos del alcohol. De esta manera, las investigadoras de este trabajo buscaban hacer atractivo el evento al utilizar esta frase popular entre los estudiantes umaístas.

Por otra parte, se consideró pertinente invitar al previo Coordinador Legal, de Relaciones Públicas y de Consumo Responsable y Responsabilidad Social de la empresa Pernod Ricard Venezuela, organización distribuidora de bebidas alcohólicas en Venezuela; a una psicólogo clínico y a la fundadora de la Asociación Civil Llamado a la Conciencia Vial quienes podían abordar el tema desde sus respectivas áreas de profesionalización.

Finalmente, es importante agregar que para la realización de este evento se contó con el patrocinio y colaboración de Snapshot y Cocos Altagua.

### **I.1 Modalidad del Proyecto**

De acuerdo con las opciones de Proyectos Finales de Carrera de la Universidad Monteávila, el presente proyecto se inscribe en la modalidad de Producción de Eventos.

### **I.2 Justificación e importancia del proyecto**

Tal como se ha demostrado el consumo de alcohol perjudica a las personas de diversas maneras, a saber: provoca lesiones en los órganos y los tejidos: induce comportamientos peligrosos durante la fase de intoxicación etílica y favorece el desarrollo de los trastornos por su consumo. En efecto, la Organización Mundial de la Salud (OMS) en colaboración con la Organización Panamericana de la Salud (2015), declara que el consumo nocivo de alcohol trae serias consecuencias para la salud que pueden ser crónicas (generación de tumores, cirrosis hepática, alcoholismo) o agudas como la intoxicación etílica, que puede ocasionar minusvalías irreversibles o la muerte. Igualmente, agrega que hay más de 60 afecciones provocadas exclusivamente por el alcohol y más de 200 en las que el alcohol puede tener una repercusión negativa. Finalmente, concluye el estudio en que América se encuentra por encima del promedio mundial (16%) en cuanto a la prevalencia de casos de consumo excesivo de alcohol, ya que uno de cada cinco consumidores actuales (22%) protagoniza un episodio de este tipo por lo menos una vez al mes.

Por otra parte, estos colocan a Venezuela en el cuarto lugar del ranking regional del consumo de alcohol en donde 54,6% de los hombres y 21,8% de las mujeres de la población tienen esta

propensión. En tal sentido, el Ministerio del Poder Popular para la Salud en conjunto a la Organización Panamericana de la Salud (2009) afirma que la ingesta de bebidas alcohólicas en Venezuela es uno de los hábitos más extendidos en el país, ya que más de la mitad de la población declara ser bebedora (así sea ocasional), lo que contribuye a explicar el alto nivel de consumo que existe.

De la misma forma, la OMS y Organización Panamericana de la Salud (2015), señalan que existen alarmantes datos estadísticos sobre la mortalidad a causa del consumo de alcohol. Al respecto, afirman que el alcohol causó más de 300.000 defunciones en las Américas en el año 2012, cifra superior al número de habitantes de muchos países del Caribe. De esas defunciones, en más de 80.000 casos el alcohol fue la causa originaria; es decir, que no se habrían producido de no haber mediado el alcohol. De la misma manera, explican que por término medio, en ese año el alcohol provocó aproximadamente un deceso cada 100 segundos en las Américas y al mismo tiempo, Venezuela tiene la tasa masculina más elevada de mortalidad por causas atribuibles al alcohol por cada 100.000 habitantes (96,6%), mientras que su tasa femenina es muchísimo más baja.

En las Américas y en todo el mundo, el alcohol es el principal factor de riesgo de muerte y discapacidad para las personas de 15 a 49 años de edad, franja etaria en la que suelen ser más productivas económicamente. Es decir, el consumo nocivo de alcohol probablemente comporte pérdidas salariales de miles de millones de dólares cada año (p.5).

Es por esto, que hoy en día basados en los intereses de los jóvenes en vicios como el cigarro, el alcohol y las drogas, sea importante informarles sobre las consecuencias del uso excesivo de los mismos y para ello se consideró importante realizar un foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** como un aporte de las investigadoras para ayudar a

otros jóvenes unaísta a tomar conciencia en los daños que ocasiona el consumo de estas bebidas para su salud, relaciones interpersonales y resguardo de la vida propia y de terceros.

Por otra parte, desde el punto de vista médico, en los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos (CDC) (2016) se explica que existen riesgos que afectan la salud consecuentes al consumo excesivo de bebidas alcohólicas. Estos se pueden presentar a corto plazo, tales como comportamientos sexuales peligrosos que pueden ocasionar no solo embarazos no planeados sino también enfermedades de transmisión sexual como el VIH e incluso puede causar abortos espontáneos, muertes fetales o trastornos de espectro alcohólico fetal en mujeres embarazadas. Y a largo plazo puede desencadenar alta presión arterial, cáncer de mama, esófago, garganta, hígado y colon, problemas mentales como depresión y ansiedad y dependencia al alcohol o alcoholismo.

Desde el punto de vista social y de las relaciones interpersonales, el consumo de alcohol incide de distintas maneras, ya que no solo perjudica al consumidor sino también al entorno con el que comúnmente suele rodearse la persona, por ejemplo: familiares, amigos, compañeros de trabajo y desconocidos. En los CDC (2016) se indica que con el tiempo, la ingesta excesiva de alcohol puede causar pérdida de productividad, problemas familiares y desempleo.

En consecuencia, la OMS (2010), pone el acento en la elaboración, comprobación y evaluación de intervenciones rentables contra el consumo nocivo de alcohol, así como en la generación, recopilación y divulgación de información científica acerca de dicho consumo y de la dependencia que este origina por las consecuencias sanitarias, sociales y económicas antes señaladas. Para ello, en el año 2010 aprobó una Resolución en la que hace suya la estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol e insta a los países a que fortalezcan las

respuestas nacionales a los problemas de salud pública causados por dicho uso, ya que el mismo representa un compromiso colectivo de los Estados miembros de ese organismo para reducir la carga mundial de morbilidad causada por el consumo nocivo de alcohol. Vale decir, que la estrategia incluye políticas e intervenciones de base científica que puedan proteger la salud y salvar vidas si se aplican correctamente. Por lo tanto, la ejecución del foro **Consumo Responsable de bebidas alcohólicas “No te Borres”** sería una contribución informativa de las organizadoras, quienes han observado con preocupación cambios en los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas en el círculo social en el que se desenvuelven, mayoritariamente conformado por otros umaístas. Específicamente, sus experiencias personales dan luz de que los jóvenes están reemplazando las bebidas alcohólicas que habitualmente consumían (ron, cocteles) por otras de mayor gradación y peor calidad (anís), siendo este el peor escenario para un consumo consciente de estas sustancias.

Por otra parte, este proyecto es importante para las investigadoras de este trabajo dado que entre las consecuencias del consumo excesivo de bebidas alcohólicas que plantean los CDC (2016) se encuentran problemas de aprendizaje y memoria como demencia y bajo rendimiento académico. Sintiendo que su entorno es susceptible a estos riesgos, las investigadoras se dispusieron a realizar el foro **Consumo Responsable de bebidas alcohólicas “No te Borres”** puesto que al consumir moderadamente alcohol se puede prevenir y reducir los riesgos.

Finalmente, este proyecto se justifica para la Universidad Monteávila por cuanto el consumo de alcohol es una práctica social habitual en los jóvenes. Este grupo demográfico es especialmente propenso a caer en vicios como el cigarro, el alcohol y las drogas, y es de suma importancia dar lugar con cierta regularidad a este tipo de eventos informativos en instituciones educativas. Además, la realización de este foro puede servir a otros alumnos que deseen darle

continuidad, por utilizar un tono comunicacional poco convencional para la promoción de esta clase de actividades. Esto último tuvo como propósito adecuar el mensaje al *target* hacia el cual está orientado: estudiantes universitarios, siendo estos adolescentes y adultos jóvenes. Para ello se empleó un lenguaje jocoso y cercano a la juventud, que lograra generar más empatía e interés en el tema.



## **CAPÍTULO II**

### **ESTRATEGIA**

La estrategia desarrollada para la ejecución de este Proyecto Final de Carrera consistió en las siguientes actividades:

#### **II.1 Elaboración de Anteproyecto**

Redacción de un trabajo escrito, denominado anteproyecto, que contiene el planteamiento detrás del foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**.

#### **II.2 Aprobación de Anteproyecto**

Mediante comunicación verbal del profesor Felipe González, se les informó a las investigadoras la aprobación del anteproyecto con el planteamiento de su Proyecto Final de Carrera.

#### **II.3 Reunión con las autoridades de la Universidad Monteávila**

Las estudiantes sostuvieron una reunión con el profesor Rafael Ávila para solicitarle su apoyo y seguimiento como tutor de Proyecto Final de Carrera, quien aceptó dicho rol. Asimismo, tuvieron lugar reuniones con autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, la Decana Mercedes González y el Director de dicha Escuela, Felipe González, para solicitar mayor asesoría.

## II.4 Solicitud de Patrocinantes y Colaboradores

El Comité Organizador contactó a diversas empresas que con su actividad económica podrían colaborar con el desarrollo logístico del evento, además de servir de oportunas alianzas para la causa del foro. Se solicitó apoyo de Snapshot, Altagua y Distribuidora Shevat 93, quienes con su patrocinio proporcionaron calcomanías, aguas de coco, aguas minerales y jugos. A su vez, las organizadoras enviaron correos electrónicos a sus contactos y conocidos, expertos en el tema de consumo responsable de alcohol desde sus distintas perspectivas; entre los cuales se cuentan Juan Guerrero, Mayerling Vera y Claudia Valente. A ellos se les facilitó en primera instancia una carta de solicitud de ponencia, en la que se explicaban los pormenores del foro y a qué motivo respondía su participación en el mismo.

## II.5 Promoción del evento

Para los fines publicitarios del foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, se utilizó la red social Instagram, de alta penetración en el público meta del evento (estudiantes de la Universidad Monteávila). Sumado a esto, se difundió el *poster* del evento a los correos electrónicos de los salones de primero a cuarto año de la Universidad, y a los grupos de Whatsapp de distintos salones a través de sus delegados. Por otra parte, las organizadoras acudieron a la radio de la Universidad, Radio UMA a ofrecer una entrevista para el programa “Ágora Universitaria”. De igual manera, horas antes del evento, las organizadoras recorrieron diversos salones de la Universidad informando sobre el mismo.

## **II.6 Selección de personal de protocolo**

El personal de protocolo estuvo conformado por miembros del Centro de Estudiantes de la Universidad Monteávila (CEUMA) que se ofrecieron como voluntarios: Mauricio Trindade, Andrea Verhelst. Adicionalmente, se contó con la colaboración de las alumnas Anthuanet de Abreu, Carla de Sousa, Daniel Magne y Giovanna Anzola.

## **II.7 Solicitud de locación, equipos y permisología**

Se enviaron diversas comunicaciones a través de correo electrónico para dejar asentadas las solicitudes de equipos audiovisuales al Departamento de Informática, reserva del auditorio a la Secretaría General y al Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT), y a la Coordinación de Infraestructura y Vigilancia para permisos de estacionamiento de los ponentes.

## CAPÍTULO III

### PROPUESTA

#### III.1 Cronograma de las etapas de realización del evento

- **Semana 1:**
  - Realización y entrega del anteproyecto de PFC Organización y Ejecución de Foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”.
  - Entrega de propuesta a asesores y tutor para realizar las correcciones necesarias.
  - Reunión para discutir el concepto del evento.
- **Semana 2:**
  - Diseño de logo y esencia de "No Te Borres".
  - Definición de propósito de "No Te Borres".
  - Selección anfitriona de "No Te Borres", Camila Mirabal.
  - Entrega de imagen corporativa a asesores y tutor para realizar las correcciones necesarias.
  - Hacer lista de posibles ponentes para el foro.
- **Semana 3:**
  - Realización de piezas para campaña intriga.
  - Solicitud de patrocinio y ponencia a Diageo Venezuela.
  - Apertura de cuentas en las redes sociales establecidas en la estrategia de promoción.
  - Primer acercamiento con posibles ponentes, Dr. Luis Uzcátegui y Juan Guerrero.
- **Semana 4:**
  - Lanzamiento campaña intriga a través de redes sociales.
  - Elaboración informe del PFC.
- **Semana 5:**
  - Reunión con el Centro de Estudiantes para definir protocolo.
  - Publicación continua de campaña intriga por redes sociales.
  - Elaboración informe del PFC.
- **Semana 6:**
  - Definición de fecha y horario de la actividad.
  - Primer acercamiento con posible ponente Mayerling Vera.
  - Elaboración y publicación de contenido para las redes sociales.

- **Semana 7:**
  - Reserva de auditorio y equipos electrónicos para el día del evento.
  - Elaboración y publicación de contenido para las redes sociales.
- **Semana 8:**
  - Reunión presencial con ponentes seleccionados para el foro.
  - Primer acercamiento con posible ponente Claudia Valente.
  - Elaboración y publicación de contenido para las redes sociales.
  - Elaboración informe del PFC.
- **Semana 9:**
  - Publicaciones en Instagram en semana de Carnavales.
  - Solicitud de fotógrafo para el evento, Adriana Angarita.
  - Adquisición de camisas para tesistas para el día del evento.
  - Impresión logo "No Te Borres" en las camisas.
  - Lanzamiento poster oficial "No Te Borres".
- **Semana 10:**
  - Envío de invitaciones a facultad y profesores de la Universidad Monteávila.
  - Primer acercamiento con Radio UMA para pautar entrevista en programa de radio.
  - Invitación a los estudiantes a través de correos de cada salón y carrera como también a través de redes sociales.
- **Semana 11:**
  - Impresión de cronograma de evento y respectivas tareas de tesistas y protocolo.
  - Entrega de Cocos aportados por Cocos Altagua.
  - Entrevista en el programa Ágora, de Radio UMA.
  - Día del evento "No Te Borres" 22 de febrero de 2018.
- **Semana 12:**
  - Elaboración de formulario de encuesta para ser enviado a los asistentes del foro.
  - Elaboración informe del PFC.
  - Envío del formulario de encuesta para los asistentes del foro.
  - Análisis de resultados de encuesta de asistentes.
- **Semana 13:**
  - Elaboración informe del PFC.
  - Impresión de caratula de CD para versión en digital del informe del PFC.
  - Realizar últimas correcciones del informe del PFC.
  - Entrega del Proyecto Final de Carrera.

## **III.2 Pre-evento**

### **III.2.1 Definir público meta**

Se decidió dirigir el tema a los estudiantes de la Universidad Monteávila, sobre todo aquellos que cursan de primero a cuarto año, debido a que sus horarios los obligan a pasar gran parte de su tiempo en la Universidad.

### **III.2.2 Definir día, fecha y lugar del evento**

El evento se llevó a cabo en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila el 22 de febrero de 2018 de 11:00 am a 12:20 pm.

### **III.2.3 Organizar los comités de trabajo**

Los roles del Comité Organizador del evento se distribuyeron de la siguiente manera: Johana Lucena en comunicaciones y promoción; Gabriela Vera y Shelly Sencherman en logística.

### **III.2.4 Participantes**

#### ***III.2.4.1 Modelo de carta de presentación para ponentes***

La carta entregada a los ponentes del foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** consistió en la petición al ponente de participar en el evento, especificando el nombre, fecha, lugar y hora en la que se llevaría a cabo el mismo. Seguido se explicó brevemente el objetivo del foro y el aporte que le brindaría el ponente de acuerdo a su especialidad, aclarando también la duración de su participación. Por último, se aclaró que el evento formaba parte de uno de los requisitos para la obtención del título universitario de las organizadoras (ver anexos 1-4).

### ***III.2.4.2 Modelo de carta de agradecimiento para ponentes***

El día siguiente del evento, se le hizo llegar a cada ponente una para agradecer su participación en el evento, explicando el aporte que realizó y finalmente recordándole que el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** forma parte del Proyecto Final de Carrera de las organizadoras. Adicional a la carta de agradecimiento, los ponentes recibieron un certificado de participación firmado por las organizadoras y el tutor del Proyecto Final de Carrera (ver anexos 5-8).

### ***III.2.4.3 Base de datos de ponentes***

La información de contacto de los ponentes es la siguiente:

Tabla 1. Base de datos ponentes

<b>Nombre</b>	<b>Telefono</b>	<b>Correo</b>
Camila Mirabal	(58) 4141067818	camilamirabal@gmail.com
Juan Guerrero	(58) 4129587348	guerrerolopezjuanjose@gmail.com
Mayerling Vera	(58) 4241243445	llamadoalaconcienciavial@gmail.com
Claudia Valente	(58) 4142778653	claudiavalente21@gmail.com

Fuente: elaboración propia.

### ***III.2.4.4 Currículos de ponentes***

Se solicitó el resumen curricular de los ponentes y la anfitriona para comprobar su experticia y la conveniencia de su participación en el foro (ver anexos 9-12).

### ***III.2.4.5 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento***

- ***Camila Mirabal***

Camila es una adición importante para el foro de **Consumo Responsable de bebidas alcohólicas “No te Borres”** debido a que responde a la necesidad de convertir este evento

informativo en algo menos formal y más entretenido, un espacio en el que los jóvenes se puedan sentir identificados. Como estudiante de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, conoce el tono adecuado para expresarse hacia otros unaístas (público meta). Es una persona joven, que tiene experiencia en la comedia y gran capacidad de oratoria.

Camila recientemente incursionó en el mundo de la comedia, y desde entonces ha participado activamente en diversos proyectos. En su colaboración como anfitriona del evento realizará la apertura del mismo, introduciendo a patrocinantes y ponentes, así como hacer alusión al contenido del evento desde una perspectiva humorística. Durante el desarrollo de la actividad intervendrá en diversas ocasiones para dar continuidad entre cada ponencia y mantener un ambiente entretenido.

- ***Mayerling Vera***

Como fundadora de la Asociación Civil Llamado a la Conciencia Vial, Mayerling tiene una destacada trayectoria en la concienciación sobre la responsabilidad vial. Ha organizado diferentes charlas de este tipo y participado en muchas otras. En esta oportunidad, como fundadora de una Asociación Civil, representa un valioso aporte para “No Te Borres”, al haber acumulado por años información y experiencia sobre las consecuencias del consumo de sustancias para los conductores de vehículos y los transeúntes. Se pretende que su enfoque sea específicamente sobre el consumo de alcohol y el tránsito vial, dos variables que al ser combinadas constituyen una situación de alto riesgo en la que usualmente los jóvenes se ven involucrados. Propondrá claves para reducir este riesgo en la sociedad poniendo en práctica el civismo, y relatará la impactante experiencia personal que la impulsó a liderar esta causa.

- ***Claudia Valente***



La psicólogo clínico Claudia Valente nos expondrá desde un punto de vista médico las repercusiones del consumo de bebidas alcohólicas para las personas, especialmente para los jóvenes. Claudia hablará más a detalle sobre las motivaciones psicológicas presentes en la juventud al aproximarse al alcohol, los procesos psicosociales y de salubridad involucrados. El objetivo de su participación es respaldar científicamente la información proporcionada por los otros ponentes desde su posición como profesional de la salud.

- ***Juan Guerrero***

Se pretende que Juan Guerrero sea la representación corporativa del foro, al haber sido embajador de consumo responsable para la empresa Pernod Ricard Venezuela durante dos años. En este período también se desempeñó como preparador del tema y dictó diversos talleres. Al contar con un ejecutivo de una empresa dedicada a la distribución de bebidas alcohólicas, se quiere mostrar que la intención del foro no es demonizar la ingesta de estas bebidas sino promover el consumo moderado de las mismas. Juan proporcionará datos interesantes sobre el desarrollo histórico de las bebidas alcohólicas, el concepto corporativo de consumo responsable, y cómo desde nuestra idiosincracia -en la que en toda festividad está involucrado el alcohol- podemos aplicar una serie de estrategias para disfrutar conscientemente del alcohol.

### **III.2.5 Patrocinios y proveedores**

#### ***III.2.5.1 Modelo de carta de presentación para Patrocinantes***

La carta entregada a los patrocinantes del foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** consistió en la petición al patrocinante de colaborar en el evento, especificando el nombre, fecha, lugar y hora en la que se llevaría a cabo el mismo. Seguido se explicó brevemente el objetivo del foro y el aporte que le brindaría el patrocinante de acuerdo a

la actividad de su empresa, aclarando también lo que se requiere de esta. Por último, se aclaró que el evento formaba parte de uno de los requisitos para la obtención del título universitario de las organizadoras (ver anexos 13-14)

### ***III.2.5.2 Modelo de carta de agradecimiento para Patrocinantes***

La carta entregada a los patrocinantes del foro sobre el **Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** consistió en el agradecimiento al patrocinante por colaborar en el evento. Luego se explicó brevemente el objetivo del foro y el aporte que le brindó el patrocinante. De igual manera, se aclaró que el evento formaba parte de uno de los requisitos para la obtención del título universitario de las organizadoras. (ver anexoS 15-16).

### ***III.2.5.3 Base de datos de empresas***

Tabla 2. Base de datos Empresas

<b>Nombre</b>	<b>Telefono</b>	<b>Correo</b>
Cocos Altagua	(58) 4242342804	info@cocosaltagua.com
Distribuidora Shevat 93, C.A.	(58) 2812862466	distshevat93@yahoo.com
Snapshot C.A.	(58) 4122295191	entregate@drinksnapshot.com

Fuente: elaboración propia.

### ***III.2.5.4 Explicación del tipo de patrocinio que se consiguió para el evento***

Cocos Altagua es una empresa que distribuye agua de coco al detal, embotellada en plástico o en su forma original, siendo esta última la presentación más atractiva y lista para tomar. Se quiso contar con el apoyo de esta empresa por ser un emprendimiento venezolano cuyo producto puede ser visto como una alternativa a las bebidas alcohólicas. A pesar de ser una empresa incipiente, cuenta con una excelente reputación en la ciudad de Caracas por la calidad de su producto y servicio para eventos. En un principio, se solicitó una cantidad de cuatro (4) botellas, sin

embargo la fundadora decidió otorgarnos diez (10) cocos sin costo alguno bajo el único propósito de apoyar la iniciativa.

Snapshot es un servicio de coctelería en forma de *shots*. Es una empresa que surgió de la mano de un ex alumno de la Universidad Monteávila, Andrés Merola, y sus socios. Estos jóvenes emprendedores conocen muy bien el lenguaje en el que se les debe hablar a los universitarios. Prueba de esto es la cuenta en Instagram de su empresa, que tiene una alta penetración en este grupo de personas. Dicha cuenta @drinksnapshot posee 8,314 seguidores y una alta fidelidad - usualmente, un porcentaje del 4% le da “me gusta” a sus publicaciones-. Como patrocinio, nos apoyaron con una publicación creativa en la cuenta anteriormente mencionada, autoría de Merola (ver anexos 17-18). Esto sumado a tres (3) calcomanías con el logo de Snapshot que fueron usadas para un sorteo a través de la cuenta de Instagram del evento @no\_te\_borres. Todo lo anterior sirvió al propósito de impulsar la participación e interés de los umaístas en el foro.

### **III.2.6 Logística y planificación**

- **Obsequios:**

Se obsequiarán diez (10) cocos de los patrocinantes del evento, Cocos Altagua, dos de ellos serán para los jurados, uno para el tutor, cuatro para los ponentes y anfitriona y los tres restantes serán destinados a un sorteo que se llevará a cabo posterior a la última ponencia. De igual forma, se realizará un sorteo por la cuenta de Instagram del evento @no\_te\_borres del que resultarán tres ganadores que recibirán una calcomanía cada uno de los patrocinantes Snapshot.

- **Refrigerio:**

Los jurados, tutor, ponentes, anfitriona y equipo de protocolo recibirán cada uno una botella de agua mineral.

- **Protocolo:**

Se reclutó un equipo de protocolo conformado por estudiantes de la Universidad Monteávila.

Material de apoyo impreso:

Las organizadoras y el equipo de protocolo contarán con una minuta del desarrollo de la actividad. (Ver anexo)

- **Equipos Audiovisuales:**

El Departamento de Informática de la Universidad facilitará micrófonos para la realización del evento. Además se utilizarán los equipos pertenecientes al auditorio (video beam, cornetas).

- **Certificados:**

Se le otorgará un certificado de participación a cada uno de los ponentes y a la anfitriona. (Ver anexos 19-22).

### III.2.7 Programa del evento

Tabla 3. Programa del evento.

Programa del foro de consumo responsable de bebidas alcohólicas "No Te Borres"	
11:00	Apertura del Auditorio
11:15	Introducción de la anfitriona Camila Mirabal
11:20	Mayerling Vera, fundadora de la A.C. Llamado a la Conciencia Vial
11:40	Dra. Claudia Valente
12:00	Juan Guerrero, ex ejecutivo de Pernod Ricard Venezuela
12:20	Concurso Cocos Altagua
12:30	Anuncio de los ganadores del concurso Snapshot

Fuente: elaboración propia.

### III.2.8 Identidad gráfica

Las investigadoras se propusieron brindarle un nuevo enfoque a un tema de suma importancia como lo es el consumo responsable de bebidas alcohólicas. Debido a la seriedad que supone la instrucción del mismo, los umaístas – que son jóvenes – podrían hacerse a la idea de que se trata de un sermón o reproche y muy probablemente no se verían tentados a acudir a un evento de este tipo. La intención del foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “**No Te Borres**”, no es demonizar la ingesta de alcohol, sino instruir a los umaístas en cómo disfrutar de este tipo de bebidas de manera adecuada para evitar las consecuencias que puede generar el consumo excesivo. Es por esto que las organizadoras decidieron realizar el foro desde una perspectiva que atrajera la atención del público meta, para esto se valieron de diversos recursos:

#### ***III.2.8.1 Lenguaje acorde a la audiencia:***

- **Nombre atractivo:**

Según la Revista InformaBTL (2017) una herramienta clave para entrar en contacto con la audiencia es realizar una “llamada a la acción” y se refiere a palabras o frases que inviten a realizar una acción concreta. En el caso del foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”, la palabra que indica una llamada de acción es el verbo borrar. Los jóvenes umaístas entienden el acto de “borrarse” por actuar de manera insensata en diferentes ocasiones, es también utilizado como adjetivo para referirse a alguien que actúa de esta manera repetidamente. Al incluir una palabra que es parte del léxico de la audiencia se pretende realizar una llamada de acción efectiva, logrando una conexión con los jóvenes estudiantes de la Universidad Monteávila.

- **Entretenimiento:**

Al elegir una humorista como anfitriona del evento, se buscó generar un ambiente agradable en el que los asistentes se sintieran cómodos. Siendo esta también una amaísta, sabe expresarse con los mismos términos del público de manera natural sin que se vea forzada la comunicación entre presentador y audiencia.

- **Publicaciones simpáticas:**

Las imágenes publicadas en la cuenta de Instagram contienen frases y descripciones con los términos que utiliza la audiencia, generando así que el público se sienta identificado con las situaciones y se conecte con el evento.

### ***III.2.8.2 Imagen resaltante:***

- **Tipografía:**

Para el logotipo se utilizó una tipografía sencilla “Bebas Neue” que indica las dos primeras palabras “No Te” y para la palabra principal “Borres” se alteró la misma tipografía para que tuviese un efecto tridimensional y resaltara (ver anexo 23)

- **Colores llamativos:**

Se eligieron dos colores principales que marcarían los valores que se busca transmitir con el foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”, estos son amarillo y azul. El azul #2783BB está presente en la palabra “Borres” del logo. De acuerdo a la Psicología del Color (2018), este color genera simpatía y armonía. Mientras que el amarillo # E6BF5D utilizado como fondo del logo en la mayoría de las publicaciones, representa optimismo, diversión y entendimiento. Asimismo, en las publicaciones se utilizó una variedad de colores resaltantes que llamen la atención como morado, fucsia y verde.

- **Diseño de las publicaciones:**

En el poster del evento y demás publicaciones se mantuvo una estética con letras bien definidas y legibles y en muchas ocasiones con un fondo que mostraba personas divirtiéndose y en la mayoría de estas se trataba de ocasiones en las que es común ingerir bebidas alcohólicas como fiestas nocturnas (ver anexo 24).

### III.2.8.3 Presupuesto

Tabla 4. Presupuesto del evento.

<b>Franelas del evento</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Franela:</b>	Bs.163.500	4	Bs.654.000
<b>Estampado:</b>	Bs.130.000	4	Bs.520.000
<b>Total:</b>			<b>Bs.1.174.000</b>

<b>Shots Virgenes</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Paquete de vasos:</b>	Bs.300.000	1	Bs.300.000
<b>Jugo de Cranberry:</b>	Bs.295.500	1	Bs.295.000
<b>Soda:</b>	Bs.98.500	1	Bs.98.500
<b>Total:</b>			<b>Bs.693.500</b>

<b>Certificados</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Impresión:</b>	Bs-137.100	4	Bs.548.400
<b>Total:</b>			<b>Bs.548.400</b>

<b>Auditorio</b>	
<b>Alquiler de auditorio 9:00 am - 1:00 pm:</b>	Bs.1.357.000
<b>Total:</b>	<b>Bs.1.357.000</b>

**Costo total: Bs.3.718.900**

Fuente: elaboración propia.

### III.2.9 Comunicación y promoción

- **Base de datos medios**

La base de datos de los medios de comunicación consta del nombre de la persona contactada en cada medio para realizar la cobertura del evento o entrevista, según el caso, el medio al que pertenecen y la dirección por la cual se realizó la comunicación entre las organizadoras y la persona.

Tabla 5. Base de dato de medios.

Nombre	Medio	Contacto
Carlos Abreu	Radio UMA	(58) 4242592166
Sabrina Machado	Pluma	<a href="mailto:smachado@uma.edu.ve">smachado@uma.edu.ve</a>

- **Plan de medios**

Se buscó organizar una gira de medios que cubriese los requerimientos de la estrategia promocional realizada por las investigadoras. Al tratarse de un evento dirigido exclusivamente a los estudiantes de la Universidad Monteávila, se involucró únicamente a los medios de comunicación pertenecientes a la UMA con más exposición, siendo estos Radio UMA y Pluma. No se tomó en consideración UMA TV puesto que su actividad no es continua como la de los medios anteriores y para la fecha de la realización es la estrategia promocional, en el canal de UMA TV no se realizó ningún video durante un año.

El primer paso del plan de medios de comunicación consistió en pautar una entrevista en Radio UMA para el programa “Ágora Universitaria” conducido por Carlos Abreu el día 20 de febrero a las 8:45 am con la finalidad de que salga al aire un día después, el 21 de febrero a las 8:00 pm.



Asimismo, se enviará una nota de prensa a los responsables de Pluma para hacerle promoción al evento en la publicación (ver anexo 25).

Finalmente, se invitará a ambos medios de comunicación a realizar la cobertura del evento.

- **Estrategia promocional**

Como estrategia promocional, las investigadoras se plantearon como objetivo principal crear interacción con los *umaístas*, buscando que estos se sintieran identificados con los mensajes plasmados en cada pieza publicitaria, siguiendo el mismo tono y esencia del nombre del evento. Creación de contenido atractivo para el público meta que despierte el interés del mismo.

Para promocionar el foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”, las investigadoras emplearon cuatro recursos, cada uno con una estrategia específica:

- **Redes sociales:**

La táctica que se empleó para las redes sociales fue la creación de una cuenta en la plataforma Instagram. De acuerdo a la revista *Fortune* (2015), en su lista “*Fortune 500*”, esta red social es la que genera una mayor interacción en la mayoría de los sectores, característica fundamental para cumplir el objetivo de la estrategia promocional. El usuario utilizado fue @no\_te\_borres. En este se comenzó a publicar contenido un mes antes del evento, buscando el tiempo adecuado para realizar una buena comunicación sin que hubiese un periodo de tiempo extendido entre la primera publicación y la fecha del evento. Se llevó a cabo una campaña de intriga comprendida por nueve (9) publicaciones, de las cuales siete (7) se tratan de imágenes con una frase de una situación que puede ocurrir cuando se abusa del alcohol en un tono que les hiciera sentirse identificados a la audiencia (ver anexos 26-32). Otra es una publicación dividida en nueve (9)

cuadrículas que unidas revelan la fecha del evento (ver anexo 33). Y la restante es un consejo para ingerir bebidas alcohólicas de manera apropiada, como un abreboza de lo que será el evento. Esta está dividida en tres (3) cuadrículas y lleva las indicaciones en la descripción (ver anexos 34-36). Posteriormente se publicó el poster oficial del foro con la información de fecha, hora, lugar, nombre y patrocinantes (ver anexo 24). Seguidamente, se publicó una imagen de la misma composición de las primeras siete (ver anexo 37). Posteriormente se publicaron tres (3) imágenes para presentar a los ponentes del foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres” explicando brevemente la intención de cada una de las presentaciones (ver anexos 38-40). Luego se publicó un video para llevar a cabo un concurso con Snapshot C.A. Las instrucciones del sorteo eran: seguir la cuenta de Instagram del foro y @drinksnapshot, la cuenta de Snapshot C.A, clicar “me gusta” en la publicación y etiquetar a dos compañeros umaístas invitándolos al foro. Del sorteo resultarían tres (3) ganadores que recibirían una calcomanía de Snapshot C.A el día del evento (ver anexo 41). Se indicó que para reclamar el premio, los participantes deberían estar presentes en el foro. La siguiente publicación se trató de una re-publicación de una imagen de la cuenta de @drinksnapshot que hacía alusión a las típicas excusas que dicen los jóvenes cuando se exceden con el consumo de bebidas alcohólicas (ver anexo 18). Después se publicó una imagen de un coco de Cocos Altagua C.A para anunciar que la empresa se unía a los Patrocinantes del foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”, en la descripción se habló sobre los beneficios del agua de coco, una bebida alternativa al alcohol en ciertas situaciones sociales como por ejemplo, un viaje de amigos a la playa (ver anexo 42). Posteriormente se publicó una imagen que anunciaba a Camila Mirabal como anfitriona del evento (ver anexo 43). Aprovechando el interés generado por la cuenta de Instagram, las organizadoras decidieron apoyar a sus compañeros umaístas

publicando una imagen de un evento que promueve valores y como el foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas “No Te Borres”, se trata de un Proyecto Final de Carrera, Civilizarte (ver anexo 44). Finalmente se publicó el poster oficial del evento agregándole la palabra “HOY” para recordar a los seguidores que ese mismo día se llevaría a cabo el evento (ver anexo 45). Cabe destacar que en paralelo se publicó una serie de “historias” que son imágenes que se borran después de 24 horas haciéndole promoción al evento (ver anexos 46-49).

**- Correos:**

Se buscó enviar un correo de invitación a todos los salones de la Universidad que tuviesen clase en la hora del evento. Para esto, las organizadoras les enviaron un correo a todos aquellos profesores de dichos salones. Esta comunicación también fue enviada a la coordinadora de 5to año de Comunicación Social, la profesora Reyna Delgado quien remitiría el correo a las coordinadoras de los años restantes con la finalidad de que estas se lo hicieran llegar al correo del salón de todas las secciones de cada año. El correo fue recibido por los jurados del evento. Se trató de una invitación al evento que explicaba su finalidad, los ponentes que participarían y los datos indicando la fecha, hora, lugar del foro y poster del evento (ver anexo 50).

**- Gira de medios:**

Las investigadoras ofrecieron una entrevista al programa de Radio UMA, “Ágora Universitaria” para informar a los escuchas sobre el evento. Dicha entrevista salió al aire el día 21 de febrero a las 8:00 pm a través de la señal de la emisora.

**- Visita a los salones:**

Minutos antes del evento, las organizadoras tocaron las puertas de varios salones de la UMA que se encontraban en clase para comunicar que se llevaría a cabo el evento a partir de las 11:00 de la mañana e invitándoles a participar en la actividad.

### **III.3 Evento**

Se llevó a cabo una planificación con semanas de anticipación en temas de logística como el alquiler del Auditorio, la selección del protocolo, la búsqueda y confirmación de los ponentes y la anfitriona, las solicitudes de patrocinio y los insumos para el día del evento. En el proceso también hubo reuniones con los ponentes y la anfitriona, para discutir a detalle el contenido de sus intervenciones, intercambiar ideas y despejar sus dudas. El día del evento, a las 9 de la mañana, las organizadoras solicitaron al personal de mantenimiento de la Universidad apoyo para la apertura del Auditorio -tal como se había solicitado a momento del alquiler- 2 horas antes de que comenzara el foro. Se buscó tener tiempo de sobra para organizar el mobiliario del lugar, probar los equipos audiovisuales y ensayar con los ponentes. Con esto se trató de prever algún imprevisto de última hora que pudiese tomar tiempo. Al mismo tiempo, se ubicó al señor Ricardo Vásquez (Coordinador de Infraestructura y Vigilancia) quien se había comprometido previamente a proporcionar 3 pases de estacionamiento en Sede Principal para comodidad de los ponentes. Asimismo, el personal de protocolo ayudó a hacer el montaje del escenario y los *shots* vírgenes que se entregarían como cortesía al público minutos antes del inicio del evento. Estos obtuvieron igualmente instrucciones y una minuta del evento. Posteriormente las organizadoras recibieron equipos de audio provenientes de Radio UMA, entre los que se contaban un par de micrófonos necesarios para los ponentes. De Radio UMA también se solicitó cobertura, por lo que Orlando Abreu acudió con su equipo a entrevistar a los ponentes justo antes de empezar el

foro. Hechas las pruebas a todos los equipos, se hicieron los últimos esfuerzos publicitarios recorriendo varios salones de la sede. También se ensayó con la Doctora Claudia Valente, única ponente que llegó a la Universidad con la anticipación suficiente para llevar a cabo esta prueba. En adelante, se le dio la instrucción al protocolo de tomar sus puestos asignados, y a las 11 en punto se abrieron las puertas del Auditorio. Pasaron varios minutos para que invitados, profesores y alumnos ocuparan sus puestos y se repartieran los *shots* vírgenes. Poco después se recogieron los desechos que surgieron de esta última actividad. A las 11 y 18 las organizadoras le dieron el pase a Camila Mirabal para que hiciera la apertura del evento. Luego cada ponente tuvo aproximadamente 15 minutos para dar su exposición, con el control de tiempo siendo tomado por el protocolo, quienes sostenían del otro lado carteles de aviso. Entre cada intervención de ponente la anfitriona y comediante tuvo la oportunidad de amenizar con comentarios y chistes. Al terminar las ponencias, se llevaron a cabo las premiaciones para los asistentes. El primer concurso consistió en una ronda de preguntas del panel a la audiencia, quienes al responder correctamente, se llevarían un coco de Cocos Altagua. Las condiciones del siguiente concurso consistieron en realizar comentarios en la cuenta de Instagram del evento (@no\_te\_borres) para ganarse unas calcomanías de la empresa Snapshot. En vivo se realizó la selección de los ganadores usando la aplicación *web* Random Picker. Ninguno de los usuarios seleccionados acudió a retirar su premio, así que se decidió rápidamente realizar otra ronda de preguntas para conseguir otros ganadores. Posteriormente, la anfitriona le dio cierre al evento alrededor de las 12:20 pm. Para finalizar, las organizadoras se quedaron unos minutos con el protocolo del evento para recoger el auditorio y hacer entrega de los equipos prestados (ver anexos 104-120).

### III.4 Post-evento

Se utilizó la herramienta formularios de Google para difundir una encuesta entre los asistentes al evento y así medir la aceptación y percepción del público sobre el mismo. A su vez, los medios de difusión de la encuesta fueron las listas de correo de los salones y los grupos de Whatsapp de los delegados de la Universidad. Se obtuvo una muestra de 18 personas, siendo esta la cantidad que respondió a la encuesta. El aforo del Auditorio Principal de la Universidad Monteávila es 92, por lo que es imperativo tener en cuenta que aproximadamente un 19,56% de los asistentes al evento respondieron la encuesta –considerando que la asistencia a No Te Borres superó la capacidad del lugar-.

- ¿Te pareció atractiva la manera como se presentó el tema?.

Tabla 6. Opinión del atractivo del evento

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	83,33%
No	3	16,67%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia.

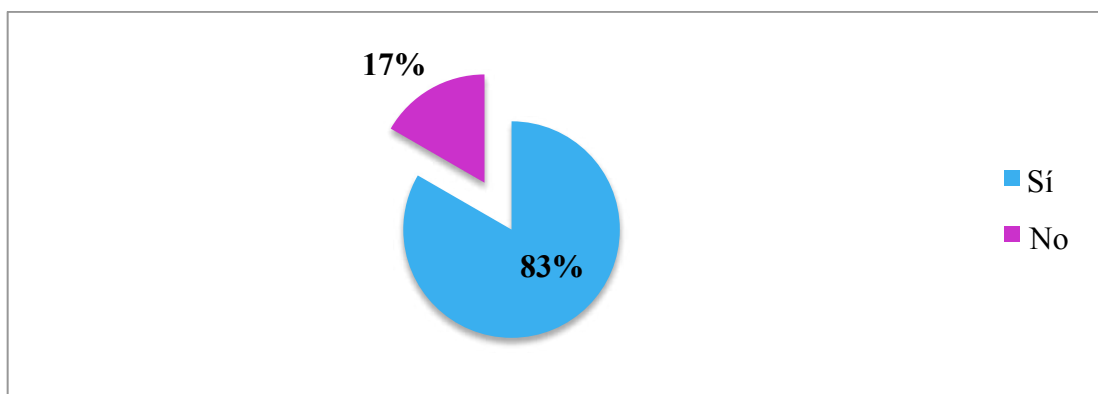


Gráfico I. Opinión del atractivo del evento

Fuente: elaboración propia.

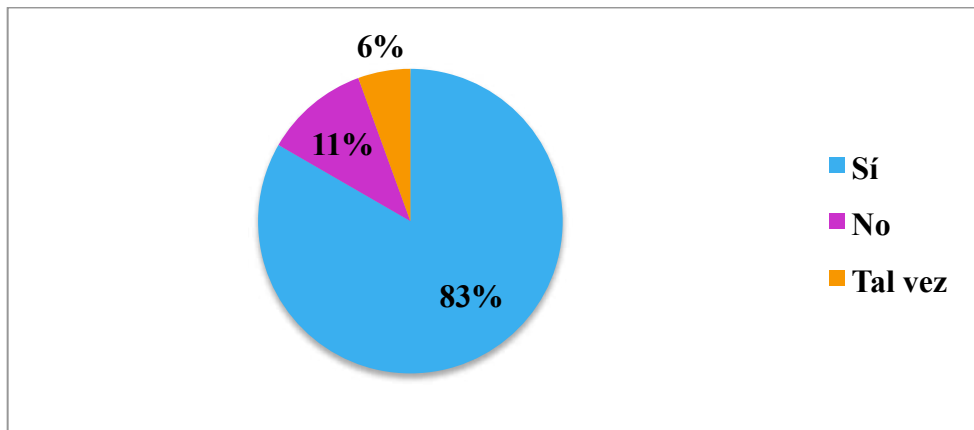
El objetivo de esta pregunta era conocer el recibimiento de los asistentes al foro con respecto al tono comunicacional usado en la promoción del mismo, así como la elección de una anfitriona comediante, el patrocinio de Snapshot y los concursos realizados. Al mismo tiempo, incluye los diferentes enfoques dados al tema consumo responsable de bebidas alcohólicas por parte de los ponentes invitados. Es una pregunta en la que no se definen detalles específicos ya que pretende abarcar de manera general el interés que generaron todas las características del evento descritas anteriormente. La mayoría de los encuestados, un 83%, consideraron atractivo el enfoque del evento.

- ¿Sientes que el tema “consumo responsable de bebidas alcohólicas” es relevante?.

Tabla 7. Relevancia del tema consumo responsable de bebidas alcohólicas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	83,33%
No	2	11,11%
Tal vez	1	5,56%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.



**Gráfico II. Relevancia del tema consumo responsable de bebidas alcohólicas**

Fuente: elaboración propia.

El objetivo de esta pregunta era determinar si los encuestados consideraban que oportuno e importante que se hiciese un evento sobre el tema consumo responsable de bebidas alcohólicas. Un 86% de la muestra lo consideró relevante, frente a un 14,3% que difiere de esta opinión o que tiene dudas al respecto.

- Califica el desempeño de la primera ponente, Mayerling Vera (ONG Llamado a la Conciencia Vial).

Tabla 8. Desempeño de Mayerling Vera

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0,00%
2	2	11,11%
3	2	11,11%
4	7	38,89%
5	7	38,89%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia.

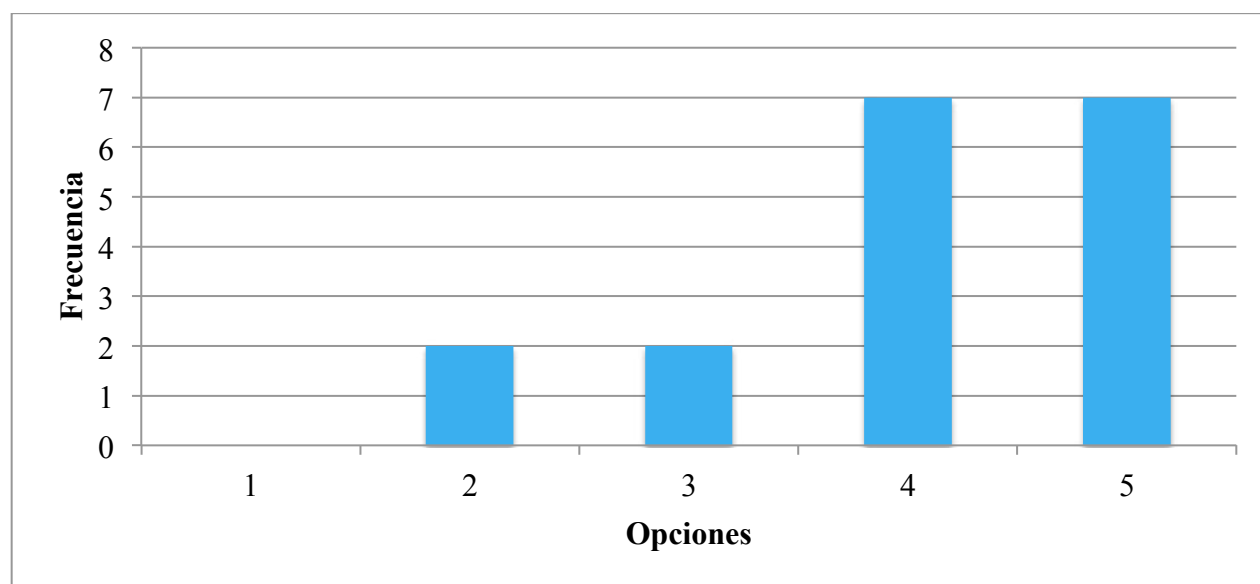


Gráfico III. Desempeño de Mayerling Vera

Fuente: elaboración propia.



Con esta pregunta se buscó determinar el puntaje que la muestra le atribuía a la ponencia de Mayerling Vera de manera general, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. La expositora obtuvo una suma de 22,22% en calificaciones regulares (2 y 3) y un 77,78% en calificaciones buenas (4 y 5), observándose de las puntuaciones 2 a la 5, una distribución uniforme de las votaciones.

- Califica el desempeño de la segunda ponente, la Dra. Claudia Valente.

Tabla 9. Desempeño de Claudia Valente

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0,00%
2	1	5.56%
3	3	16.67%
4	4	22.22%
5	10	55.55%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia.

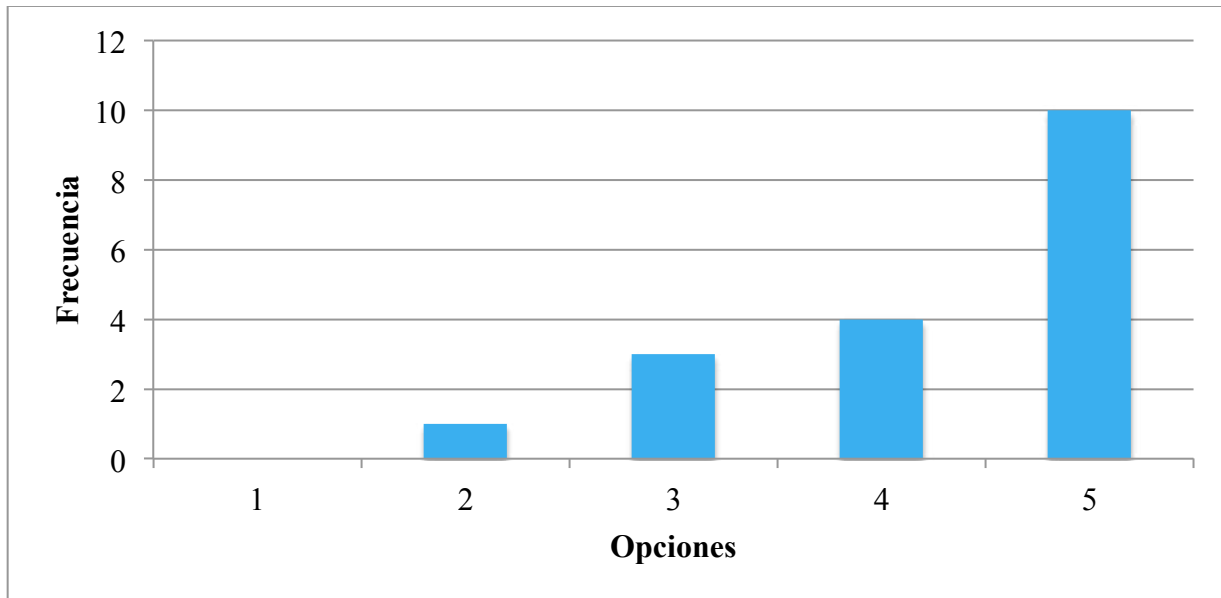


Gráfico IV. Desempeño de Claudia Valente

Fuente: elaboración propia.

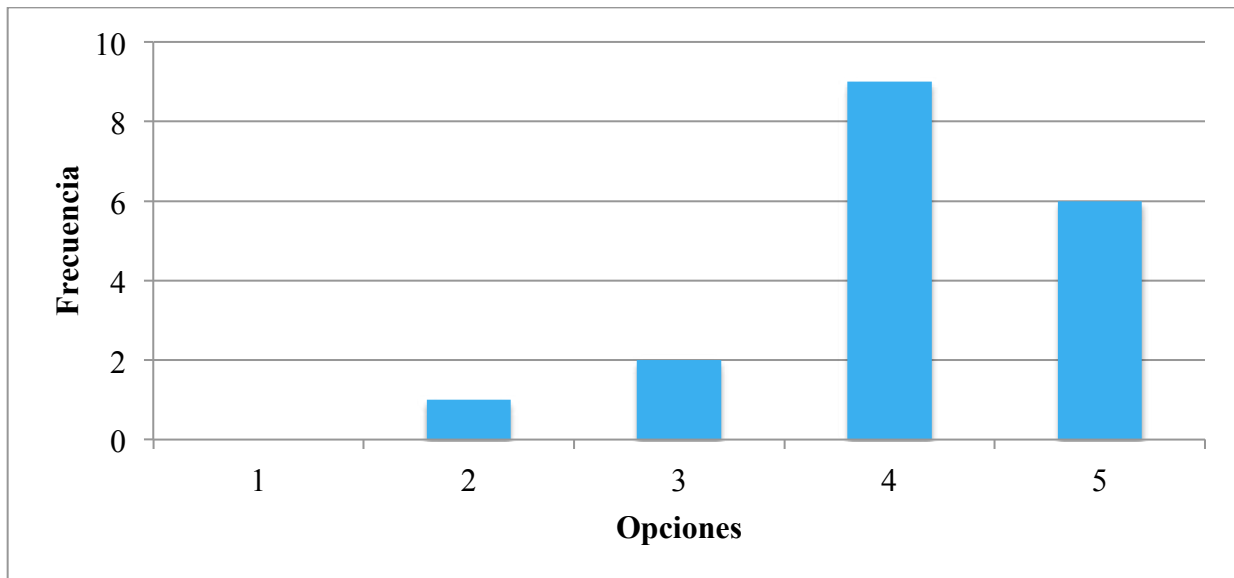
Con esta pregunta se buscó determinar el puntaje que la muestra le atribuía a la ponencia de Claudia Valente de manera general, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. La expositora obtuvo calificaciones mixtas, siendo representativas las más positivas (77% entre 4 y 5 puntos). Mientras tanto, solo un 5,56% le dio 2 puntos y un 16,67% le dio 3 puntos.

- Califica el desempeño del tercer ponente, Juan Guerrero.

Tabla X. Desempeño de Juan Guerrero

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0,00%
2	1	5,56%
3	2	11,11%
4	9	50,00%
5	6	33,33%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia.



**Gráfico V. Desempeño de Juan Guerrero**

Fuente: elaboración propia.

Con esta pregunta se buscó determinar el puntaje que la muestra le atribuía a la ponencia de Juan Guerrero de manera general, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. Guerrero fue

el ponente mejor valorado por la muestra al obtener un 83,33% de votos entre las puntuaciones 4 y 5. Solo un 16,67% de la muestra le atribuyó calificaciones bajas (2 y 3).

- ¿Te pareció acertada la elección de la anfitriona, Camila Mirabal?.

Tabla 11. Aprobación de la anfitriona Camila Mirabal

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	86%
No	2	9,50%
Tal vez	1	4,80%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

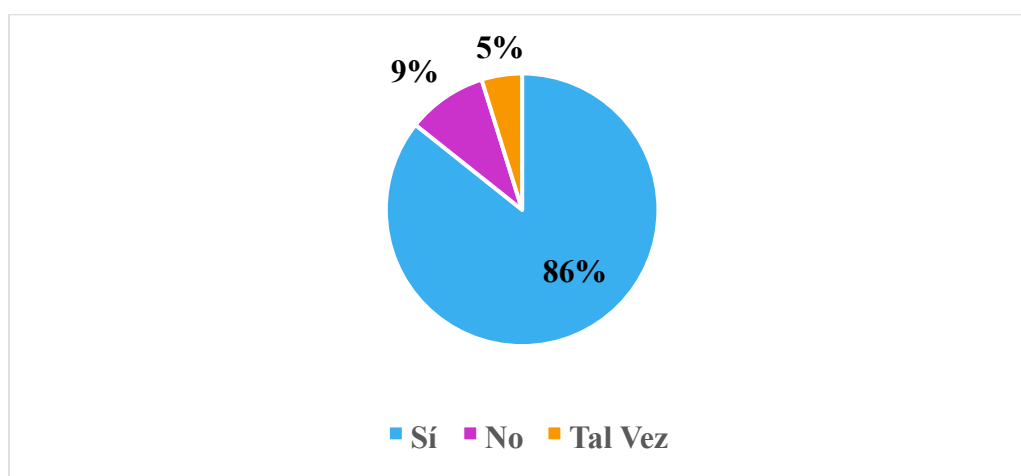


Gráfico VI. Aprobación de la anfitriona Camila Mirabal

Fuente: elaboración propia.

Con esta pregunta se buscaba indagar sobre la aprobación que obtuvo la anfitriona del evento, Camila Mirabal, sobre todo por ser una comedianta encargada de dirigir un foro informativo y de concienciación. La figura y el desempeño de Mirabal obtuvo una gran aprobación, con un 86% de la muestra dando una respuesta positiva. Solo un 14% suman las respuestas negativas y de

vacilación, lo que las investigadoras consideran un buen porcentaje considerando que es la primera vez de la comediente como anfitriona de un evento.

- ¿Cómo te enteraste del evento?.

Tabla 12. Medios de promoción del evento

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	6	33%
A través de un amigo	7	38,80%
A través de un profesor	1	5,50%
Correo del salón	1	6%
Las organizadoras visitaron mi salón	0	0,00%
Grupo de WhatsApp	3	17%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

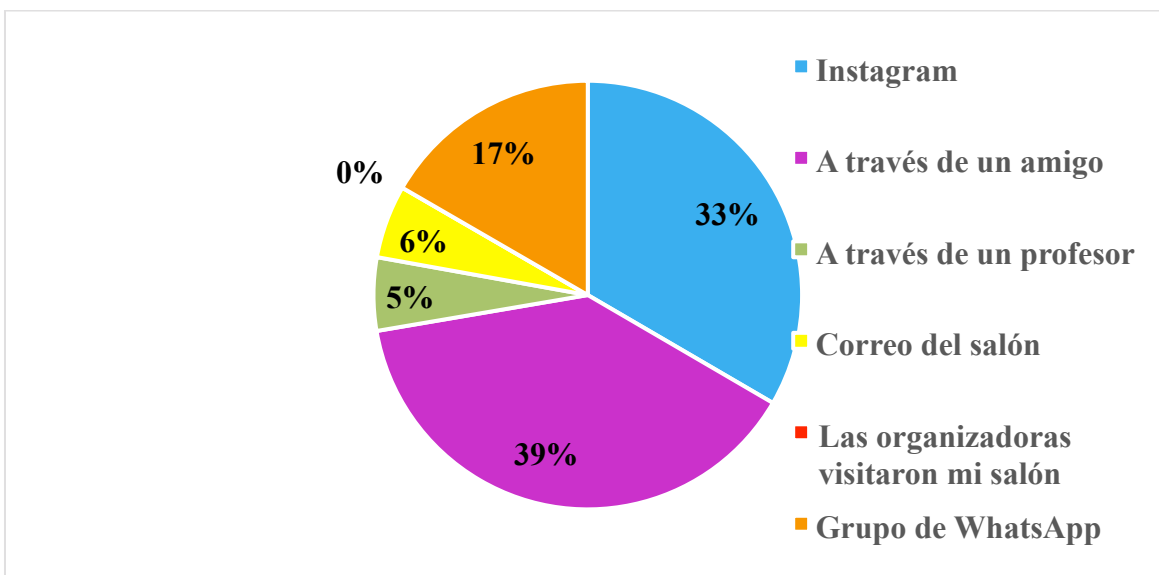


Gráfico VII. Medios de promoción del evento

Fuente: elaboración propia.

Con esta pregunta se buscaba estudiar los métodos que fueron más eficaces para promocionar el foro. Las respuestas de los encuestados para esta pregunta evidencian el gran poder que el boca a boca tuvo en la difusión del evento. La mayor cantidad de la muestra se enteró del foro a

través de un amigo (39%). Este hallazgo no fue sorprendente, ya que el evento se realizó en una Universidad pequeña –la Monteávila cuenta con un alumnado por debajo de las 2.000 personas-. La segunda categoría más importante fue Instagram con un 33% afirmando haber conocido del foro gracias a este medio. De igual manera, las investigadoras consideran que aunque se realizó una atractiva campaña de mercadeo y publicidad en Instagram, los jóvenes son reacios a seguir a cuentas extrañas o que no son personales, razón por la cual esta vez este medio no fue el de mayor impacto. Por otro lado se observó que la difusión del *flyer* del evento a través de los grupos de Whatsapp de la Universidad tuvo una efectividad notoria, al contar esta opción un 17% de la muestra. Las opciones menos populares, por su parte, fueron “a través de un profesor” y “correo del salón”. Sin embargo el método de promoción menos eficaz fue el que las investigadoras recorrieran los salones, ya que ninguna muestra escogió esta opción.

- En cuanto al contenido del foro, ¿adquiriste información nueva acerca del tema?.

Tabla 13. Contenido del evento

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	15	83,33%
No, más de lo mismo	3	16,67%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.



Gráfico VIII. Contenido del evento

Fuente: elaboración propia.

Con esta pregunta se intentó indagar si el contenido de las ponencias había sido innovador y de utilidad para los asistentes. La mayor parte de la muestra afirmó que sí (83,33%). Sin embargo, las investigadoras consideran que es inevitable que parte de la muestra (16,67%) considerara lo contrario a causa de la frecuencia con la que se realizan estos eventos dirigidos a los jóvenes.

- ¿Qué puntuación le das al evento “No Te Borres” en general?.

Tabla 14. Valoración del evento

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0,00%
3	2	11,11%
4	4	22,22%
5	12	66,67%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

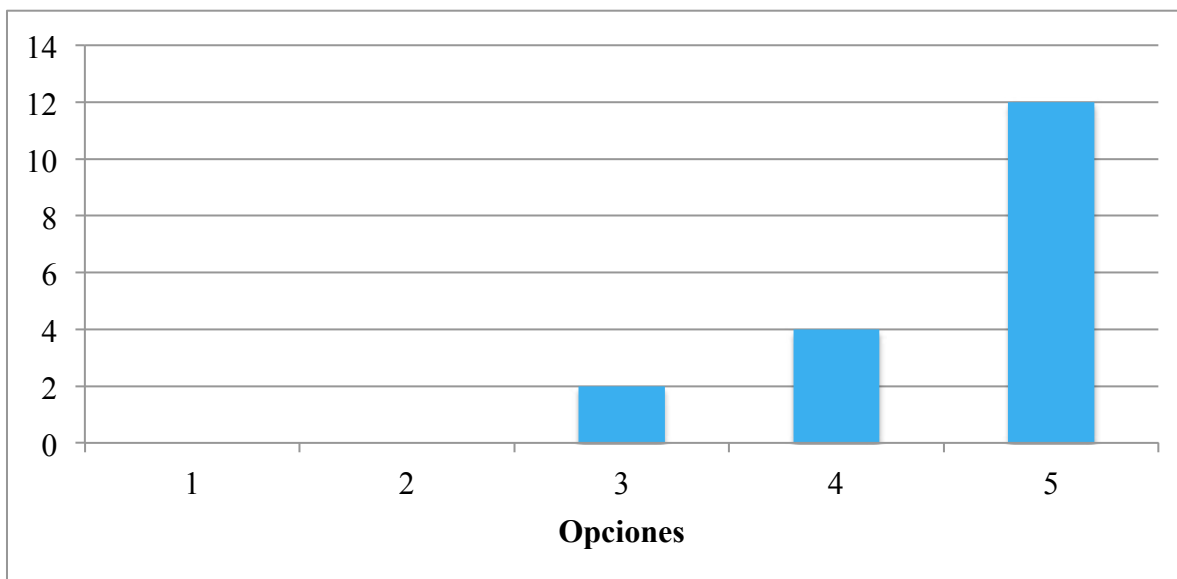


Gráfico IX. Valoración del evento

Fuente: elaboración propia.

Con esta pregunta se buscaba obtener una perspectiva global de la calidad del evento, con todas sus particularidades. La interpretación que de los resultados se pudo recoger, es que la mayor parte de la muestra valoró muy positivamente el evento, teniendo en cuenta que la puntuación más baja es 3. Por su parte, un 88,9% le otorgó puntuaciones 4 y 5 a “No Te Borres”.

- ¿Consideras importante seguir haciendo este tipo de aportes informativos en la UMA?.

Tabla 15. Relevancia del evento para la Universidad Monteávila

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	88,89%
No	1	5,55%
Tal Vez	1	5,55%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia.

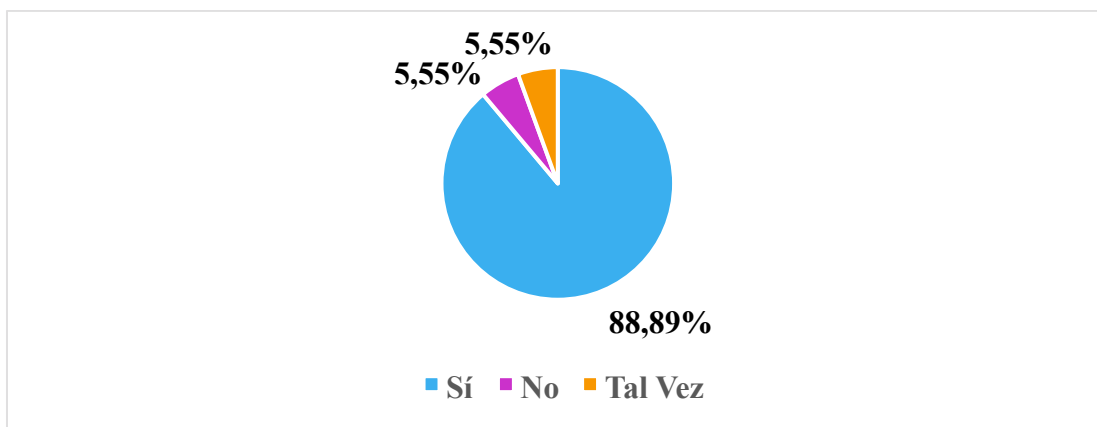


Gráfico X. Relevancia del evento para la Universidad Monteávila

Fuente: elaboración propia.

El objetivo de esta pregunta era conocer la opinión de los asistentes al foro sobre la relevancia de que se realizaran eventos de concientización sobre el consumo de alcohol en la Universidad

Monteávila. La gran mayoría de la muestra respondió que sí (88,89%), sin embargo un 11,1% mostraba una opinión contraria o vacilación al respecto. Las investigadoras consideran que esto se debe a la familiaridad de la gente con el tema, que podría hacer parecer innecesaria la celebración de foros de esta índole.



## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES**

Las investigadoras pudieron observar que a través de un tono comunicacional adaptado al público meta y haciendo uso de las estrategias adecuadas de promoción, se puede lograr captar la atención y el interés deseado para una actividad informativa y de concientización, en este caso, sobre consumo de bebidas alcohólicas. Este tipo de foros, por su familiaridad y tópico, normalmente no son atractivos para los jóvenes. La gran acogida que el evento “No Te Borres” tuvo por parte del estudiantado de la Universidad Monteávila se evidenció en la superación del aforo del Auditorio Principal y las reacciones positivas recogidas en la encuesta que se difundió. Es imperativo que esta experiencia sirva de prueba para otras personas que deseen realizar foros para la concientización dirigidos a jóvenes. En suma, todas estas estrategias y herramientas sirven al propósito principal, lograr que la información genere un impacto trascendente en su audiencia.

## **CAPÍTULO V**

### **RECOMENDACIONES**

Para futuros eventos informativos de esta categoría sería recomendable poner especial atención a diferentes aspectos que no salieron de la manera planificada en este foro, así como otros que a causa de la inexperiencia no se tomaron en cuenta. La primera recomendación es contar con una lista de posibles participantes y patrocinantes que pudiesen servir de reemplazo en caso de que los que ya se habían seleccionado tengan alguna eventualidad. Por otro lado, es necesario estar conscientes de que una de las tareas más importantes del protocolo es también controlar el comportamiento inadecuado de la audiencia que pudiese interferir en el desarrollo del evento, en especial si se trata de jóvenes. Al momento de impartir instrucciones al personal de protocolo es importante hacer énfasis en lo anterior. Por último, hay que facilitarle un material de guía al anfitrión, sobre todo cuando este tiene que hacer alusión a otras personas, sus trabajos o cargos, temas que se van a discutir, entre otros.

## REFERENCIAS

Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos. (2016). *El consumo de alcohol y la salud pública*. Recuperado de

<https://www.cdc.gov/alcohol/spanish/hojas-informativas/consumo-alcohol-salud.html>.

Ministerio del Poder Popular para la Salud y la Organización Panamericana de la Salud. (2009). *El alcohol y las políticas públicas en Venezuela: dos estudios*. Recuperado de

[http://www.paho.org/ven/index.php?option=com\\_docman&view=download&category\\_slug=documentos-estrategicos&alias=46-el-alcohol-y-las-politicas-publicas-en-venezuela&Itemid=466](http://www.paho.org/ven/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=documentos-estrategicos&alias=46-el-alcohol-y-las-politicas-publicas-en-venezuela&Itemid=466).

Illusion Studio S.L. (2018). *Psicología del color*. Recuperado de

<http://www.psicologiadelcolor.es/colores-psicologicos/>

López, G. (2017, 4 de julio) ¿Sabes Cómo Hablarle a tu Target?. *Revista InformaBTL*.  
Recuperado de

<https://www.informabtl.com/sabes-como-hablarle-a-tu-target/>

Organización Mundial de la Salud (2010). *Observatory Data Repository (Region of the Americas. Global Information System on Alcohol and Health, Heavy episodic drinking, past 30 days*. Recuperado de

<http://apps.who.int/gho/data/node.main-amro.A1038?lang=en&showonly=GISAH>.

Organización Mundial de la Salud y Organización Panamericana de la Salud. (2015). *Informe de situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas*. Recuperado de

[http://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11108&Itemid=41530&lang=es](http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11108&Itemid=41530&lang=es).

TrackMaven (2015) The Fortune 500 Where do B2C Industries See Engagement? *TrackMaven*.

Recuperado de

<http://pages.trackmaven.com/rs/251-LXF-778/images/b2c-industry-report-2016.pdf>

## ANEXO 1

### CARTA PRESENTACIÓN CAMILA MIRABAL

Caracas, 20 de diciembre de 2017.

Ciudadana  
**Srta. Camila Mirabal**  
Comediante.  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa participación como comediante en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante su participación como **anfitriona** en dicho foro, la cual estaría centrada en generar una atmósfera agradable en el evento. Cabe destacar, que usted contará con cinco (5) minutos para la apertura del evento, dos (2) minutos entre cada ponencia para comentar las mismas, diez (10) minutos para realizar los sorteos y dar cierre al foro.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación permitirá la calidad académica que aspiramos alcanzar en el mencionado evento, el cual es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 2

### CARTA PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO

Caracas, 04 de enero de 2018.

Ciudadano  
**Sr. Juan Guerrero**  
Coordinador LEGAL, de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial de  
Pernod Ricard Venezuela  
Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa participación como experto en el área de Responsabilidad Social Empresarial en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante su participación como **ponente** en dicho foro, la cual estaría centrada en el consumo responsable de bebidas alcohólicas. Cabe destacar, que usted contará con quince (15) minutos para su exposición.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación permitirá la calidad académica que aspiramos alcanzar en el mencionado evento, el cual es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

### ANEXO 3

#### CARTA PRESENTACIÓN MAYERLING VERA

Caracas, 24 de enero de 2018.

Ciudadano  
**Sra. Mayerling Vera Merlo**  
Directora de Llamado a la Conciencia Vial  
Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa participación como directora de la Asociación Civil Llamado a la Conciencia Vial en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante su participación como **ponente** en dicho foro, la cual estaría centrada en los daños que produce esta bebida para la seguridad vial. Cabe destacar, que usted contará con quince (15) minutos para su exposición.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación permitirá la calidad académica que aspiramos alcanzar en el mencionado evento, el cual es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 4

### CARTA PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE

Caracas, 09 de febrero de 2018.

Ciudadana  
**Dra. Claudia Valente**  
Psicólogo Clínico  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa participación como Psicólogo Clínico en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante su participación como **ponente** en dicho foro, la cual estaría centrada en los daños que produce esta bebida para la salud física y mental de las personas y en sus relaciones interpersonales. Cabe destacar, que usted contará con quince (15) minutos para su exposición.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación permitirá la calidad académica que aspiramos alcanzar en el mencionado evento, el cual es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.



## ANEXO 5

### CARTA AGRADECIMIENTO CAMILA MIRABAL

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadana  
**Srta. Camila Mirabal**  
Comediante  
Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de agradecerle por haber contado con su participación en el **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** celebrado el día 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad. Reciba nuestras felicitaciones por su magnífica intervención, que nos ayudó con la organización del evento y el entretenimiento de los asistentes.

Gracias nuevamente por su asistencia y por ayudarnos a hacer posible esta jornada que forma parte de nuestro Proyecto Final de Carrera, requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 6

### CARTA AGRADECIMIENTO JUAN GUERRERO

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadano

**Sr. Juan Guerrero**

Previo Coordinador LEGAL, de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial de Pernod Ricard Venezuela.

Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de agradecerle por haber contado con su participación en el **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** celebrado el día 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad. Reciba nuestras felicitaciones por su magnífica ponencia, que nos ayudó con la organización del evento y el conocimiento de los asistentes.

Gracias nuevamente por su asistencia y por ayudarnos a hacer posible esta jornada que forma parte de nuestro Proyecto Final de Carrera, requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 7

### CARTA AGRADECIMIENTO MAYERLING VERA

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadano  
**Sra. Mayerling Vera Merlo**  
Directora de Llamado a la Conciencia Vial  
Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de agradecerle por haber contado con su participación en el **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** celebrado el día 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad. Reciba nuestras felicitaciones por su magnífica ponencia, que nos ayudó con la organización del evento y el conocimiento de los asistentes.

Gracias nuevamente por su asistencia y por ayudarnos a hacer posible esta jornada que forma parte de nuestro Proyecto Final de Carrera, requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 8

### CARTA AGRADECIMIENTO CLAUDIA VALENTE

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadano  
**Dra. Claudia Valente**  
Psicólogo Clínico  
Su persona.

Tenemos el gusto de dirigirnos a usted con la finalidad de agradecerle por haber contado con su participación en el **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”** celebrado el día 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad. Reciba nuestras felicitaciones por su magnífica ponencia, que nos ayudó con la organización del evento y el conocimiento de los asistentes.

Gracias nuevamente por su asistencia y por ayudarnos a hacer posible esta jornada que forma parte de nuestro Proyecto Final de Carrera, requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 9

### CURRÍCULO CAMILA MIRABAL

**Camila**  
Mirabal Souki

Nacionalidad: Venezolana  
Fecha de nacimiento: 12 de marzo de 1996  
C.I.: 23.950.561  
Teléfono: +58 414 106 7818  
E-mail: camilamirabal@gmail.com

**DESCRIPCIÓN PERSONAL:**  
Estudiante del último año de Comunicación Social. Responsable, motivada, creativa, proactiva y orientada a la excelencia. En búsqueda de un empleo retador, que potencie día a día mi creatividad y mis destrezas.

#### IDIOMAS -----

Español:

Idioma materno

Inglés:

Avanzado

#### CONOCIMIENTOS -----

##### TECNOLÓGICOS -----

- Redes sociales

- Adobe Illustator

(Avanzado)

- Adobe Premiere (Básico)

- Wordpress (Intermedio)

#### LOGROS Y -----

##### RECONOCIMIENTOS -----

- Representante estudiantil

- Promotora del "Buen trato" certificada por la UCAB y CECODAP.

- Graduada de bachiller con botón de oro (18 pts).

- Dos veces ganadora de "Tepuy Climber"

(Programa de reconocimientos interno en P&G)

#### REFERENCIAS -----

Sharelly De Santis

Gerente de comunicaciones de P&G.

+58 414 9145754

desantis.s.4@pg.com

#### FORMACIÓN ACADÉMICA -----

##### 2013- Presente

Universidad Monteávila. Facultad de Ciencias de Comunicación e Información.

Estudiante de Comunicación Social (Último año)

##### Septiembre 2017- Octubre 2017

CIAP UCAB y La Escuela de Humor: Diplomado de Humor en Stand Up Comedy

##### 2008-2013

Institutos Educativos Asociados.

Bachiller.

#### TRABAJOS ANTERIORES -----

##### El Tambor VE.

Febrero 2014- Julio 2014:

Junior journalist

##### @KitapLibros

Julio 2015- Agosto 2016

Fundadora, directora y Community Manager.

Agosto 2016- Presente

Fundadora y directora.

##### La Media Social

Agosto 2015- Julio 2016

Community manager junior

Marzo 2017- Presente

Redactora creativa para: [www.pizzaygatos.com](http://www.pizzaygatos.com)

##### Procter & Gamble

Julio 2016- Presente

Pasante en Recursos Humanos.

#### Experiencia en comedia:

##### Octubre- 2017

Muestra diplomado de Humor en Stand Up Comedy. Teatrex del Bosque

##### Octubre- Diciembre 2017

Parte del elenco del show: "Graduados". La Escuela de Humor.

##### Febrero 2018- Presente

Parte del elenco del show "Excéntricos" a estrenar el 14 de abril.

Fuente: Camila Mirabal.

## ANEXO 10

### CURRÍCULO CLAUDIA VALENTE

Claudia Valente Vitacco

#### DATOS PERSONALES

Fecha de Nacimiento: 21 de diciembre 1993  
Lugar: Caracas  
Edad: 24 años  
Cédula: V-21.134.534  
Estado Civil: soltera

#### FORMACIÓN ACADÉMICA

1999-2011	Bachiller en Humanidades	<b>Colegio La Salle La Colina</b>
2011-2015	Psicología (Licenciada en Psicología - 4to lugar de Promoción)	<b>Universidad Metropolitana</b>
2017 (Enero-julio)	Diplomado de estudios avanzados en Neuropsicología Aplicada	<b>Universidad Metropolitana</b>

#### EXPERIENCIA LABORAL

Septiembre 2017-actualidad. Profesora en Evaluación Neurocognitiva.  
**Universidad Metropolitana.**  
Coordinación de Neurociencias del Departamento de Ciencias del Comportamiento.

Julio 2015-actualidad. Psicólogo y asistente en Neuropsicología.  
**Instituto de Neurología y Neurociencias Aplicadas (INNAP).**  
Evaluación psicológica y neuropsicológica. Psicoterapia breve y evaluación psicológica a pacientes neurológicos. Asistencia en evaluación neurocognitiva.

Abril 2015-Julio 2015. Pasante en Psicología y Neuropsicología.  
**Instituto de Neurología y Neurociencias Aplicadas (INNAP).**  
Evaluación psicológica, neuropsicológica y neurorehabilitación cognitiva a pacientes con TCE, Parkinson, Fibromialgia y trastornos afectivos.

Abril 2015-Marzo 2016. Preparadora Académica.  
**Universidad Metropolitana.**  
Facilitadora en Evaluación Neurocognitiva y Prácticas Profesionales en el Área Educativa.

Marzo 2012-actualidad. Coordinadora de Proyectos Juveniles.  
**Fundación MACLAU'S.**  
Diseño ejecución y evaluación de proyectos de atención psicoeducativa para jóvenes. Asistencia en evaluación psicológica y orientación a jóvenes.

Noviembre 2012-2015. Asistente de Evaluaciones Psicológicas.  
**MACLAU'S Desarrollo Psicoeducativo.**  
Evaluación y diagnóstico psicológico. Orientación Psicoeducativa.

#### LABOR SOCIAL

Enero 2015-Junio 2015 (120 horas). Proyecto: Liderazgo Ciudadano.  
Comunidad de Palo Verde, Petare.

Septiembre 2010. (120 horas). Hospital Psiquiátrico Universidad Aldo Moro, Ciudad de Bari-Italia. Atención y seguimiento de pacientes psiquiátricos.

#### IDIOMAS

Español (lengua materna)  
Italiano (lengua materna)  
Inglés (dominio avanzado)

Anexo Hospital de Clínicas Caracas  
Piso 2 Consultorio 213  
Av. Panteón, Urb. San Bernardino  
Distrito Capital, Municipio Libertador  
Caracas, Venezuela

Teléfonos: (0414)-277.86.53  
(0212)-574.38.31  
(0212)-574.68.35  
Mail: claudiavalente21@gmail.com

**ANEXO 11**  
**CURRÍCULO JUAN GUERRERO**

**Juan José Guerrero López**

**Formación**

Antropólogo – Universidad Central de Venezuela

**Fundación**

Coordinador de Relaciones Públicas y FORMACIÓN Fundación Justicia y democracia - **2009 - 2013**

**Administración publica**

- Concejo Metropolitano de Caracas - Coordinador Atención al Ciudadano **2009-2011**
- Concejo Municipal de Baruta - Coordinador de cultura y deporte **2011-2013**

**Empresa privada - Trasnacional**

- Pernod Ricard Venezuela - **2013-2015** – cargo: Coordinador de Relaciones Públicas – Responsabilidad Social Empresarial - Fundación Pernod Ricard Venezuela Programa consumo Responsable @SoyEmbajador
- SODEXO PAS – **2015** - Coordinador Comunicaciones y Responsabilidad Social Empresarial

**Emprendimiento empresarial**

- Director General @tuideave Ideas Agencia Creativa **2016-2018**
- Presidente Fundación Cuento Contigo Venezuela **2017-2018**

Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 12

### CURRÍCULO MAYERLING VERA

#### MAYERLING IRENE vera merlo.



**Directora de la Asociación Civil "Llamado a la Conciencia Vial"**

**Blog:**  
www.llamadoalaconciencia.blogspot.com

**Twitter:**  
@llamadovial

**Facebook:**  
Facebook/llamadoalaconciencia

**T.S.U Publicidad y Mercadeo**  
Instituto Universitario de  
Tec. de Admón. Industrial. Caracas.

#### CURSOS REALIZADOS.

- **Programa de Efectividad Personal.**  
Organización CEI 1997.
- **Comunicación Efectiva e Inteligencia Emocional.**  
Academia de Cine y TV. 2004
- **Motivación y Excelencia.**  
Academia de Cine y TV. 2004 Lic. Renny Yagosesky.
- **EISEVI. Segundo Encuentro Iberoamericano y del Caribe sobre Seguridad Vial.** Ciudad de México, 12 y 13 de Mayo 2011.
- **Seguridad y Salud Laboral. 2015**  
TAV
- **Curso Básico Salud Ocupacional. 2015**  
TAV
- **Gestión de Obligaciones Parafiscales y Laborales. 2015**  
Talent Training c.a.
- **Conversaciones en Tránsito**  
ISEV Argentina. Curso a Distancia On Line. 21 horas. 2012
- **Talleres Educativos Viales.**  
ISEV Argentina. Curso a Distancia On Line. 12 horas. 2013
- **Educación vial, una competencia social ineludible.**  
ISEV Argentina. Curso a Distancia On Line. 12 horas. 2016
- **Componente Docente. Junio 2016 – Febrero 2017.**  
Universidad de Margarita
- **Traslado seguro de niños en vehículos particulares**  
ISEV Argentina / ADISIV. Curso a Distancia On Line. 12 horas. 2017

#### DATOS PERSONALES:

**Estado civil:** Casada.  
**Nacionalidad:** Venezolana.  
**Lugar de nacimiento:** Caracas.  
**Fecha de nacimiento:** 18/11/1973  
**Dirección:**  
Calle Maneiro, Edf. MaryMar  
Porlamar. Nva. Esparta.  
**Cef. +58** 424-124.34.45  
**Telf. +58** 295 – 872.49.47

#### Actividades Realizadas en Pro de la Seguridad Vial

- Noviembre 2011.** "Exposhow Automotriz" Organizado por Daniel Franco. Lugar: Estacionamiento C.C. La Vela, Edo. Nueva Esparta. Exposición 10 y 11 de noviembre de 2011
- Marzo 2012.** "III Expo Margarita en Positivo". Organizado por la Fundación Margarita en Positivo.  
Lugar: C.C. Sambil Margarita. Charla para niño.
- Marzo 2012.** "I Twitter Encuentro de #SeguridadVial". Organizado por "Llamado a la Conciencia Vial".  
Lugar: Twitter. Día 29 de Marzo.
- Mayo 2012.** "Hablemos de Seguridad Vial". Organizado por "Llamado a la Conciencia Vial y Darwin Nuñez Producciones. Lugar: UNIMAR. Edo. Nueva Esparta. Charla para todo público en compañía de la empresa Técnico-Asesores de Venezuela.
- Noviembre de 2012.** II Twitter Encuentro de #SeguridadVial. Organizado por "Llamado a la Conciencia Vial" en coordinación Trinidad Espada de la Secretaría Española para la Seguridad Infantil
- Marzo 2013.** "Charla de Manejo Defensivo". Organizado por "Llamado a la Conciencia Vial". Lugar: Universidad Corporativa Sigo. Instructores, Kennet Agar de Avepae y Darwin Figuera de Ciesvial.
- Mayo 2013.** "III TweetUp de Seguridadvial, Edición #Peatones" Organizado por Llamado a la Conciencia Vial, en el marco de la 2da. Semana Mundial de la ONU para la Seguridad Vial de los Peatones.
- Noviembre 2016** Conversatorio "Comunidad y Seguridad Vial" Universidad de Margarita. El Valle. Edo. Nueva Esparta. Venezuela 10 de Noviembre. Invitados nacionales desde Caracas, y Ciudad de Mérida.
- Enero a Julio 2017 Universidad de Margarita. El Valle.- Nueva Esparta . Cargo: Tutora de Servicio Comunitario. Telf. 0295-287.0932..** Guía, tutoría, orientación, planificación del Proyecto Cultura Ambiental I para el cumplimiento de Ley de Servicio Comunitario de alumnos de últimos años de estudios de varias carreras

Fuente: Mayerling Vera.



## ANEXO 13

### CARTA PRESENTACIÓN SNAPSHOT C.A.

Caracas, 7 de febrero de 2018

Ciudadanos  
**Snapshot C.A.**  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a ustedes con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración como **Patrocinantes** en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante la promoción de la actividad. Nos gustaría contar con el apoyo de uno de sus socios para dar apertura al evento con una breve conversación a sostener con nuestra anfitriona y comediante Camila Mirabal, en la que se den a conocer las anécdotas de Snapshots. Esto con la finalidad de establecer una atmósfera agradable, adecuada a la esencia del foro. Además de participar en nuestra estrategia de redes sociales con publicaciones en las redes de Snapshots y con calcomanías de la marca para regalar en un sorteo a través de las redes del evento.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación es una gran alianza ya que concuerda con el espíritu joven y entretenido del evento; el cual además es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 14

### CARTA PRESENTACIÓN COCOS ALTAGUA C.A.

Caracas, 16 de febrero de 2018.

Ciudadanos  
**Cocos Altagua, C.A.**  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a ustedes con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración como **Patrocinantes** en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, a realizarse el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante la promoción de la actividad. Sería de nuestro agrado poder contar con su aporte de ocho (8) botellas pequeñas para refrescamiento de los ponentes. Esto con la finalidad de establecer una atmósfera agradable, adecuada a la esencia del foro y la presencia de Cocos Altagua en nuestras redes sociales y todo lo referente al evento.

En la espera de que contaremos con su decidido apoyo y colaboración, estamos seguras de que su participación es una gran alianza ya que concuerda con el espíritu joven y entretenido del evento; el cual además es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 15

### CARTA AGRADECIMIENTO SNAPSHOT C.A.

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadanos  
**Snapshot C.A.**  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a ustedes con la finalidad de agradecer su valiosa colaboración como **Patrocinantes** en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, que se realizó el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros y, por ello, es muy relevante la promoción de la actividad. Su colaboración ayudó a despertar el interés de nuestros seguidores de redes sociales en la actividad y las calcomanías regaladas a través del sorteo fomentaron la participación tanto de nuestros seguidores de Instagram en nuestra campaña de redes sociales como los asistentes del evento en la dinámica del mismo.

Su apoyo y colaboración, estamos resultó en una gran alianza ya que concuerda con el espíritu joven y entretenido del evento; el cual además es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 16

### CARTA AGRADECIMIENTO COCOS ALTAGUA C.A.

Caracas, 23 de febrero de 2018.

Ciudadanos  
**Cocos Altagua, C.A.**  
Su presente.

Tenemos el gusto de dirigirnos a ustedes con la finalidad de agradecer su valiosa colaboración como **Patrocinantes** en el foro **Consumo Responsable de bebidas Alcohólicas “No Te Borres”**, que se realizó el jueves 22 de febrero de 2018 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am.

El objetivo general del evento es concienciar sobre el daño que ocasiona la ingesta excesiva de alcohol para la salud, las relaciones interpersonales y la preservación de la vida propia y de terceros. Su aporte contribuyó a establecer una atmósfera agradable y fomentó la participación de los asistentes a través de los cocos que sorteamos al final del evento.

Su apoyo y colaboración, resultaron en una gran alianza ya que concuerda con el espíritu joven y entretenido del evento; el cual además es un requisito para la obtención de nuestro Título de Licenciadas en Comunicación Social.

Atentamente,

**Comisión Organizadora del Evento**



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 17

### CUENTA DE INSTAGRAM SNAPSHOT C.A

The screenshot shows the Instagram profile for 'drinksnapshot'. The profile picture is a blue circle with the text 'DRINK Snap Shot'. The bio reads: 'Snapshot Servicio de coctelería disfrutado en SHOTS. Haremos lo imposible para que actúes por instinto y te entregues a la noche. SNAPSHOT CA J-40927252-4 [drinksnapshot.com](http://drinksnapshot.com)'. The profile has 302 publicaciones, 8,313 seguidores, and 710 seguidos. The grid of posts includes: a graphic with signs 'SOBA', 'AL', and 'ENTRÉGATE'; a infographic titled 'CONCLUSIONES DE UN BORRADO' with a pie chart and statistics (387 likes, 14 comments); a photo of a hand holding a Snap Shot can on a beach; a video thumbnail with the text 'CONCURSO ENTREGATE'; a video thumbnail of a man's face; and a photo of a red drink bottle.

Fuente: Instagram.

## ANEXO 18

### IMAGEN PUBLICADA POR SNAPSHOT C.A

The graphic on the left is titled "CONCLUSIONES DE UN BORRADO" (Conclusions of a Drunken Person). It features a pie chart divided into four segments: a large orange segment, a smaller dark red segment, a small yellow segment, and a very thin white segment. To the right of the pie chart is a list of three text messages, each preceded by a colored circle matching a segment of the pie chart. Below the list is a small yellow glass icon.

**CONCLUSIONES DE UN BORRADO**

- "REFILLEAME AHI ALGO PURO EN ESTE VASO DE INFINITOS MILILITROS"
- "DAME CUATRO TETEROS AHI, QUE SON PA' LA NOVIA"
- "ESTABAN PINCHADOS... ME TOMÉ CUARENTA"

**drinksnapshot** • Seguir

drinksnapshot Plis #NoTeBorres. Apoyando la 🌟🌟 iniciativa de nuestros amigos de @no\_te\_borres !!! Por un mundo #Entrégate sin borrones!!! 🍷🍷🍷

Si quieres formar parte de este eventazo puedes acercarte el 22 de febrero a la @universidad\_monteavila donde vamos a estar compartiendo nuestra experiencia y rifando muuuchas #SnapCalcomanías 🍷🍷 Los esperamos!!!

**gabyverap9** Yeah 🍷🍷🍷

**no\_te\_borres** Para que porfa #NoTeBorres 🍷🍷

**barbara.guerrero.r** @vnapoli27\_ para que porfa dejes de borrarte

**larichanga** @tanaynathan @sallysgh

**isabellagior** @sasajevita @federicayya mira pa q #noseborren

367 Me gusta

20 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración de Andrés Merola.

## ANEXO 19

### CERTIFICADO CAMILA MIRABAL



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 20

### CERTIFICADO MAYERLING VERA



Fuente: elaboración propia.



## ANEXO 21

### CERTIFICADO CLAUDIA VALENTE



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 22

### CERTIFICADO JUAN GUERRERO



Fuente: elaboración propia.

**ANEXO 23**

LOGO “NO TE BORRES”



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 24

### POSTER DEL EVENTO

DRINK Snap Shot

LLAMADO A LA CONCIENCIA VIA

22 DE FEBRERO 2018 11 AM

Auditorio Principal  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

NO TE BORRES

Universidad Monteávila  
RIF: J-30647247-9

no\_te\_borres • Seguir  
Universidad Monteávila

no\_te\_borres Se viene #NoTeBorres Este 22 de febrero en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am

Nuestros 3 ponentes y la host Camila Mirabal te enseñan a comportarte

Tenemos una sorpresa para las primeras 30 personas que lleguen al evento

Nos vemos ahí, y ya sabes #NoTeBorres

dantefasano 🍕🍕

civilizarteuma 🍕🍕🍕

drinksnapshot 🍕🍕🍕🍕🍕🍕🍕

gabyverap9 🍕🍕🍕🍕

camimirabal 🍕🍕🍕🍕

lunaadt @mateblanco @ambarsophiadn @hilarvniil2501 vamos

48 Me gusta

14 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 25

### NOTA DE PRENSA

*Lunes 19 de febrero*

#### **“NO TE BORRES”, UN FORO SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS QUE INVITA A LOS UMAÍSTAS A DISFRUTAR CON CONCIENCIA.**

El evento “No Te Borres” contará con un panel de especialistas en responsabilidad social empresarial, conciencia vial y psicología, quienes desde sus distintas perspectivas abordarán el tema del consumo excesivo de alcohol y cómo evitarlo. El foro tendrá lugar el próximo jueves 22 de febrero a las 11 de la mañana en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila.

Juan Guerrero (Pernod Ricard Venezuela), Mayerling Vera (ONG Llamado a la Conciencia Vial) y la Doctora Claudia Valente tendrán la tarea de instruir a los umaístas sobre las implicaciones del consumo de alcohol y cómo es posible disfrutarlo de manera equilibrada. En esta ocasión, sin embargo, se busca hacer el tema más atractivo para los jóvenes al utilizar una tónica jocosa y cercana. Además, la conducción de No Te Borres estará a cargo de la comediante Camila Mirabal y habrá una participación especial de uno de los miembros de Snapshot; así como otras sorpresas.

No Te Borres fue una idea concebida por un grupo de estudiantes de Comunicación Social a razón de su Proyecto Final de Carrera. Acerca de por qué decidieron emprender este proyecto, Shelly Sencherman, miembro del Comité Organizador, revela que “sabemos que foros como este se han realizado muchas veces en el pasado, pero pensamos que hay maneras más eficaces de crear conciencia sobre un tema que utilizando el acostumbrado sermón. Este es un evento de jóvenes para jóvenes, por lo que nuestro enfoque no es demonizar el alcohol sino todo lo contrario: decirle a los umaístas, disfruta pero ¡no te borres!”

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 26

### PUBLICACIÓN I



 **no\_te\_borres** • [Seguir](#)

no\_te\_borres Si al día siguiente te despiertas y no sabes cómo llegaron esas fotos ☐a tu celular ☐#NoTeBorres

¡Muy pronto en la UMA!

ivannaolivaresg Claro que si @vickyferrara

elportu9 🤔 que he hechoooo upsiiii jajajajaja @monasterios

corivera @antonellaviso96 🤔🤔🤔

monasterios @elportu9 Jajajaja

40 Me gusta

23 DE ENERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 27

### PUBLICACIÓN II



 **no\_te\_borres** • Seguir

no\_te\_borres Etiqueta a tu amigo/a que tiene una lista larga de caídas por el barranco ☑️#NoTeBorres

joylucenac Obvio @gabyverap9 y @shellysench 🤔🤔🤔

ivannaolivaresg @gabyverap9 funeraria  
ivannaolivaresg @josemaragall naricita  
ivannaolivaresg @caramos\_94 🤔

monasterios @elportu9 Power Ranger  
gabyverap9 El que entendió entendió  
gabyverap9 @ivannaolivaresg bruja  
ivannaolivaresg @anibalpayaresr odubel  
shellysench @joylucenac no me merezco esto

42 Me gusta

23 DE ENERO

Agrega un comentario... 

Fuente: elaboración propia.



## ANEXO 28

### PUBLICACIÓN III



**¿No recuerdas lo que hiciste anoche?**

**NO TE BORRES**

**no\_te\_borres** • Seguir

**no\_te\_borres** El típico cono 🤔 ¿Quién tiene una colección? #NoTeBorres

**monasterios** @alejandropetrovich  
@salazzar @\_pont @miguelpontigo @lionelpadron

**rosmisq** @lulu\_menque

**sandritapuente** @juaniverah sometimes 🤔

**rgarassini** @caramos\_94 @danielramonc @amigliori @josemaragall

**danielramonc** @rgarassini Jajajajaja hahahahaah el coño

**danielramonc** Cono\*

41 Me gusta

24 DE ENERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

ANEXO 29

PUBLICACIÓN IV



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 30

### PUBLICACIÓN V



**NO CONTROL**

¿Qué tomaste ayer?

- Ni idea

**NO TE BORRES**

**no\_te\_borres** • Seguir

**no\_te\_borres** Lo sabemos, llega un punto de la noche donde una canelita parece tentador. Pero por favor... #NoTeBorres

**gabyverap9** @mvalayon pinchao

**rgarassini** Fucking guarapitas 🙄 @gabyverap9

34 Me gusta

25 DE ENERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 31

### PUBLICACIÓN VI



no\_te\_borres • Seguir

no\_te\_borres O por lo menos eso creías 🤔  
#NoTeBorres

rgarassini El pálido se da con todo  
#ElPasoDeLaRodilla @ivannaolivaresg  
@josemaragall @caramos\_94 @vickyferrara  
@gabyverap9

vickyferrara @rgarassini rodillitaaaaaaa

gabyverap9 @jorgevera1992 nuestra  
competencia

diegopradam @rgarassini chamo pálido,  
estas en todo 🤔

caramos\_94 #LaSalamanca #SaleDelPecho  
@rgarassini @josemaragall @vickyferrara  
@ivannaolivaresg

33 Me gusta  
25 DE ENERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 32

### PUBLICACIÓN VII



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 33

### PUBLICACIÓN DE FECHA



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 34

### CONSEJO PARTE I



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 35

### CONSEJO PARTE II



Fuente: elaboración propia.



## ANEXO 36

### CONSEJO PARTE III



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 37

### PUBLICACIÓN SIMPÁTICA



**no\_te\_borres** • Seguir

no\_te\_borres Cuéntanos ¿qué más has perdido cuando te borras? 📱💄👠👗

#NoTeBorres

joylucenac @monasterios @elportu9 la dignidad, la cordura, yo la paciencia con ustedes ☐

vickyferrara 😂😂 @ivannaolivaresg @gabyverap9

elportu9 Jajajajjaa pssss si nos amas q jodes mi @joylucenac con @monasterios se pierden son las botellas de las barras opppsiii jajajajaja

monasterios Yo #Nomeborro

gabyverap9 @isadominguezlara @mdisea ups

nahvveran9 @manicnilita cuidalo

46 Me gusta

15 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 38

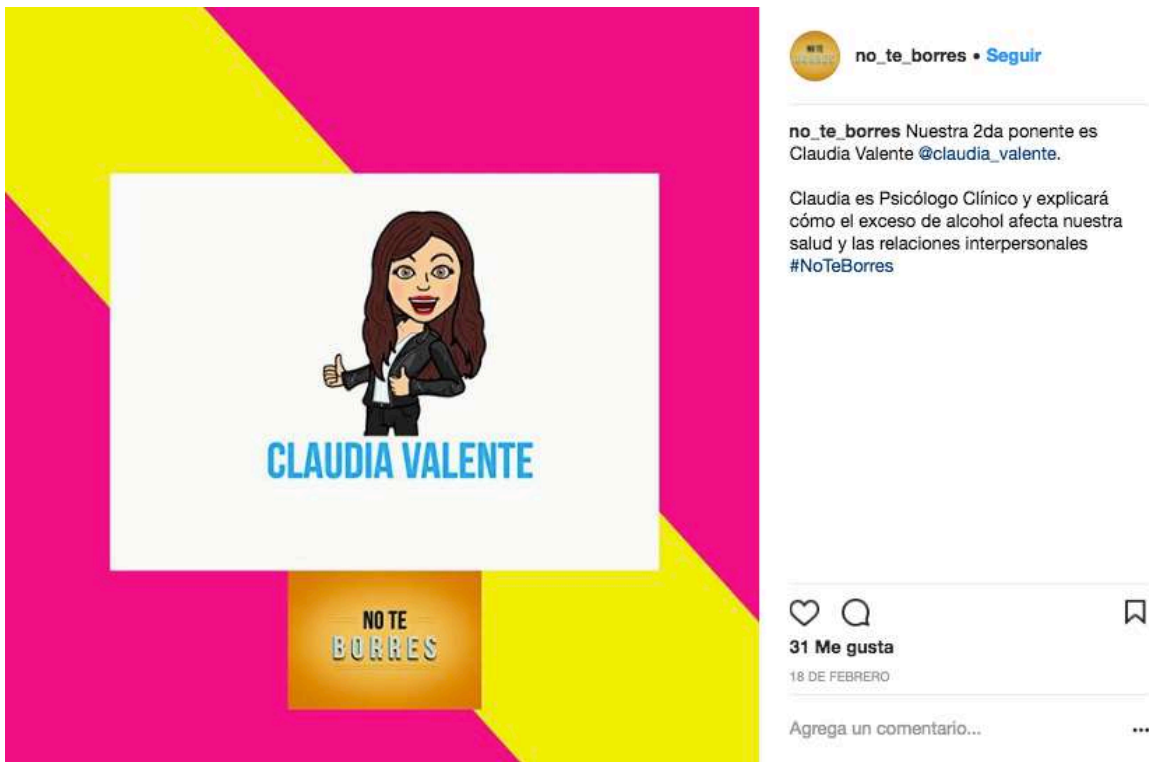
### PUBLICACIÓN JUAN GUERRERO



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 39

### PUBLICACIÓN CLAUDIA VALENTE



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 40

### PUBLICACIÓN MAYERLING VERA



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 41

### PUBLICACIÓN CONCURSO



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 42

### ANUNCIO COCOS ALTAGUA C.A



The image shows a person's hands holding a coconut. The coconut has a hole cut into its top. The word "FRESH" is written in large, pink, stylized letters across the top of the coconut. Below it, the word "ALTAGUA" is printed in black on the coconut's husk. At the bottom of the image, there is a yellow rectangular box with the text "NO TE BORRES" in black and white. The background is a blurred green field.

**no\_te\_borres** • Seguir

**no\_te\_borres** Cocos ALTAGUA se une a #NoTeBorres

El agua de coco refresca y revitaliza. Un solo vaso aporta una cantidad de potasio incluso más alta que las bebidas deportivas y el efecto de rehidratación es muy similar. El agua de coco de ALTAGUA no solo tiene muchos beneficios sino que también es MUY rica.

Mañana tendremos una sorpresa con @cocosaltagua nos vemos a las 11:00 am en el Auditorio Principal de la @monteavila #NoTeBorres

cocosaltagua 🥥  
cocosaltagua 🥥

50 Me gusta

21 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 43

### PUBLICACIÓN CAMILA MIRABAL



**no\_te\_borres** • Seguir

**no\_te\_borres** Mañana Camila Mirabal @camimirabal hará su debut como HOST en #NoTeBorres

El humor y carisma de Camila le agregarán la mejor de las vibras al evento.

Nos vemos a las 11:00am en el Auditorio Principal de la @monteavila #NoTeBorres y llega temprano al evento. La puntualidad será premiada con una sorpresa

**gabyverap9** 😎😎😎😎😎😎

**civilizarteuma** 🙌🙌🙌

**shellysench** Arriba arribaaaa 🙌  
@camimirabal

**camimirabal** 🙌🙌🙌

46 Me gusta

21 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.



## ANEXO 44

### PUBLICACIÓN CIVILIZARTE

The image is a composite of two parts. On the left is a promotional poster for the 'Civilizarte' event. The poster features the text '@civilizarteuma' and 'A beneficio de asodeco'. The main title is 'civilizarte' in a stylized font, with the tagline 'Sí Parte' below it. The event is scheduled for 'Jueves 22 de febrero 1:00pm' at the 'Universidad Monteavila'. The poster lists 'Competencia de:' with categories 'Baila', 'Música', 'Poesía', and 'Fotografía'. 'Presentadores:' are 'Daniela Barranco y Lucho Mosqueda'. 'Invitados Especiales:' include 'Improvisito', 'Stand Up "Esto es Tuyo"', 'Ankena Música', 'Los Hermanos Naturales', and 'Dj Roberto Carlos'. At the bottom, there are logos for various sponsors including 'Bancamiga', 'Yarumline', 'SL', 'CARACRAKS', and 'FATRANDA'. On the right is a screenshot of an Instagram post from the account 'no\_te\_borres'. The post text reads: 'Después de #NoTeBorres ¡Sé parte de Civilizarte! MAÑANA en la Universidad Monteavila a la 1:00pm inicia este festival artístico 🎨🎵'. Below the text, it says 'Con las presentaciones de la banda Anakena @anakenamusica , Los Hermanos Naturales @loshermanosnaturales , Improvisito @improvisito , el Stand Up #EstoEsTuyo de @sinmordaza y más.' The post shows 47 likes and is dated '21 DE FEBRERO'. There is a comment input field that says 'Agrega un comentario...'.

Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 45

### PUBLICACIÓN RECORDATORIO

LLAMADO A LA CONCIENCIA VIAL

Universidad Monteávila  
RIF: J-30647247-9

DRINK Snap Shot

ALTAGUA  
EN LA PALMA, DE TU MANO.

HOY 11 AM

Auditorio Principal  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

NO TE BORRES

no\_te\_borres • Seguir  
Universidad Monteávila

no\_te\_borres 🚨 ¡HOY! 🚨 Se viene #NoTeBorres en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila a las 11:00 am

Nuestros 3 ponentes @llamadovial @claudia\_valente @soyjguerrero y la host Camila Mirabal 🙌 @camimirabal te enseñan a comportarte

#NoTeBorres y llega temprano. La puntualidad será premiada con una sorpresa 🎁

camimirabal Vamos con todo 🙌

gabyverap9 #dalequenteveo

58 Me gusta

22 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Fuente: elaboración propia.

ANEXO 46

HISTORIA I



Fuente: elaboración propia.

ANEXO 47

HISTORIA II



Fuente: elaboración propia.

ANEXO 48

HISTORIA III



Fuente: elaboración propia.

ANEXO 49

HISTORIA IV



Fuente: elaboración propia.

## ANEXO 50

### CORREO ENVIADO

Estimados,

Buenas tardes.

Nos dirigimos a ustedes para invitarlos al evento y Proyecto Final de Carrera "**No Te Borres**", un **foro sobre Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas**. Tendrá lugar este **22 de febrero de 2018 a las 11:00 am en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila**. El evento contará con las ponencias de:

- Juan Guerrero, previo coordinador de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social de Pernod Richard Venezuela;
- Mayerling Vera, fundadora de la ONG Llamado a la Conciencia Vial;
- y Claudia Valente, Psicólogo Clínico.

También contaremos con la participación de la comediante Camila Mirabal como anfitriona y un miembro de Snapshots C.A. como invitado.

Hacemos un llamado a la comunidad Umaísta a ser parte del evento. Pensamos que su asistencia y la de sus alumnos es de suma importancia, dada la relevancia de concienciar a los jóvenes sobre el consumo responsable de alcohol y el tono cercano en el que pretendemos hacerles llegar esta información. ¡Los esperamos!

DRINK  
**Snap Shot**

LLAMADO A LA  
CONCIENCIA  
VIAL

**22 DE FEBRERO**  
**2018 / 11 AM**

**Auditorio Principal**  
**UNIVERSIDAD**  
**MONTEÁVILA**

**NO TE**  
**BORRES**

 **Universidad**  
**Monteávila**  
RIF: J-30647247-9

Saludos cordiales,

**--Comité Organizador del Evento**

*Shelly Sencherman*

*Gabriela Vera*

*Johana Lucena*

Fuente: elaboración propia.



ANEXO 51

PRESENTACIÓN MAYERLING VERA I

**Bienvenidos**

**¿Cómo salir de rumba  
y seguir vivo en el intento?  
Visto desde la Seguridad Vial**

**#SOYSEGURIDADVIAL**

**#SaveKidsLives**

**#TODOS SOMOS SEGURIDAD VIAL**

**Mayerling Vera M.  
Dir. A.C. Llamado a la Conciencia Vial**

**LLAMADO A LA CONCIENCIA VIAL**

**@LLAMADOVIAL  
LLAMADOALACONCIENCIA  
LLAMADOALACONCIENCIA.BLOGSPOT.COM**

**(+58) 0424-1243445**

**@LLAMADOVIAL**

**LLAMADOALACONCIENCIAVIAL@GMAIL.COM**

**LLAMADOALACONCIENCIA**

**LLAMADOALACONCIENCIA.BLOGSPOT.COM**

Llamado a la Conciencia Vial, (R.V.) - 20140511 10:00 - Diseño por: @seguridadvial

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 52

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA II

## Exceso de alcohol y vialidad en Venezuela



LLAMADO A LA CONCIENCIA VIAL

**¡Zape gato!  
¡Ni regalo!**

SI ERES EL CONDUCTOR  
¡PROTÉGETE!  
¡Y A LOS TUYOS TAMBIÉN!  
CONDUCE SOBRIO

LLAMADO A LA CONCIENCIA VIAL

Fuente: Asotrancito

Esta situación puede cambiar... HAZ TU PARTE

En General se calcula que fallecen 27 venezolanos diariamente por hechos viales. Las edades más afectadas están entre los 20 a 34 años. En cuanto al consumo de alcohol y su responsabilidad dentro de esta cifras se tiene lo siguiente:

- Causa el 33% de siniestros viales con víctimas mortales.
- Mayor causa de fallecimiento en personas menores a 30 años.
- En 37% de los accidentes viales se detecta un nivel de alcohol superior al permitido.

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 53

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA III

The infographic is divided into two main sections. The top section, titled "Hey! Si eres..." (Hey! If you are...), lists various social roles in colored boxes: MADRE (Mother), PADRE (Father), REPRESENTANTE (Representative), Emprendedor (Entrepreneur), Empresario (Businessman), Estudiante (Student), Obrero (Worker), Oficinista jefe (Office manager), TAXISTA (Taxi driver), AUTOBUSERO (Bus driver), Transportista (Transporter), Conductor particular (Private driver), Gandolero (Pedestrian), and PEATÓN (PEATÓN MOTORIZADO) (Motorized pedestrian). Below this list is a large green circle with the text "Eres seguridad vial" (You are road safety). The bottom section of the infographic features a road with yellow directional signs and a traffic cone. Text in this section reads: "¿Qué es Seguridad Vial? Eres tú, ellos, nosotros... Soy yo todos lo somos" (What is Road Safety? You are, they are, we are... I am, we are all). At the bottom of the infographic, there is a footer with social media handles: @LLAMADO VIAL (Twitter) and LLAMADO A LA CONCIENCIA (Facebook), and the name Mayerling Vera M. A Creative Commons license icon is also present.

Hey! Si eres...

MADRE  
PADRE  
REPRESENTANTE

Emprendedor  
Empresario

Estudiante

Obrero  
Oficinista jefe

TAXISTA  
AUTOBUSERO

Transportista  
Conductor particular  
Gandolero

PEATÓN  
CICLISTA  
MOTORIZADO

Eres seguridad vial

¿Qué es Seguridad Vial?  
Eres tú, ellos, nosotros...  
Soy yo  
todos lo somos

No importa tu rol en la sociedad. Tu conducta en la calle afecta el tráfico y puede o no provocar siniestros viales. Respetar las normas de Tránsito. Es un consejo de: @llamadovial

@LLAMADO VIAL LLAMADO A LA CONCIENCIA Mayerling Vera M.

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 54

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA IV

# FORMULA AVA

**AUTOESTIMA.**  
**VALORES.**  
**ACTITUD.**

@LLAMADO VIAL LLAMADO A LA CONCIENCIA Mayerling Vera M.

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 55

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA V

#### ¿Qué le sucede a nuestro cuerpo y conducta cuando hemos bebido de más?

- Disminuyen nuestro reflejos.
- Sensación de excitación y valoración de nuestras propias capacidades.
- Aumenta el tiempo de reacción.
- Disminuye agudeza visual.
- Se pierde el control de la conducta: Puedes volverte agresivo o irritable.
- Los movimientos se vuelven torpes
- Aumenta la resistencia al dolor.
- Alteraciones respiratorias.
- Falla la memoria.

#### ETAPAS DEL ALCOHOL



- Te ries por cualquier cosa
- Quieres a todo el mundo
- Lloras
- Hora de llamar a los amigos
- Empiezas a hablar otros idiomas
- Baile erótico
- Soy rico!
- Estoy bien, estoy bien
- Hospital

**AUTOESTIMA**



Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 56

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA VII



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
CIRCUITO JUDICIAL PENAL DEL ESTADO VARGAS

TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA EN FUNCION  
SEGUNDO DE EJECUCION  
Macuto, 06 de julio de 2010  
200° y 151°

ASUNTO PRINCIPAL : WP01-P-2009-005074  
2E-2296-10  
AUTO DE EJECUCION

Corresponde a este tribunal emitir pronunciamiento en la presente causa, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 479, numeral 1° del Código Orgánico Procesal Penal, en la causa seguida al ciudadano ..... VIEIRA FERREIRA, venezolano, nacido en fecha 08/06/1984, de estado civil soltero, de profesión u oficio comerciante, residenciado en la avenida El Ejecuto, edificio ..... Caracas, Distrito Capital, teléfonos 0212-4828274/0412-9121815 e identificado con cédula de identidad N° 16. 975, quien fue condenado en fecha 17 de mayo de 2010, por el Juzgado Primero de Control de este Circuito Judicial Penal, a cumplir la pena de TRES (03) AÑOS Y CUATRO (4) MESES DE PRISION por la comisión de los delitos de HOMICIDIO CULPOSO Y LESIONES CULPOSAS GRAVES, previstos y sancionados en los artículos 409 y 415 en relación con el 420 del Código Penal. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 482 del Código Orgánico Procesal Penal, se procede a la ejecución de la pena antes señalada, dejándose establecido que de la revisión efectuada a las actas se acredita que el ciudadano VIEIRA FERREIRA se encuentra en libertad, en virtud de que en fecha 17-05-2010 el Juzgado Primero de Control le impuso las Medidas Cautelares Sustitutivas contenidas en los ordinales 3°, 4° y 9° del artículo 256 del Código Orgánico Procesal Penal, evidenciándose que le falta por cumplir la totalidad de la pena impuesta, es decir, TRES (03) AÑOS Y CUATRO (4) MESES DE PRISION.

Por otra parte a este tribunal le es imposible en la actualidad fijar la fecha de finalización de la condena impuesta al ciudadano ..... VIEIRA FERREIRA, así como la duración de las penas accesorias, por cuanto el penado se encuentra en libertad, siendo procedente transitar a su favor la Suspensión Condicional de la Ejecución de la Pena, para lo cual se ordena citarlo e imponerlo de la presente decisión.

**VALORES**



Fuente: Mayerling Vera.

ANEXO 57

PRESENTACIÓN MAYERLING VERA VIII

VALORES

*"Nunca le falles a alguien que te quiere de verdad."  
Respetar las normas de #SeguridadVial son una muestra de amor  
y respeto por amigos, pareja, familia y sociedad*



#SoyAmigo #SoySeguridadVial

Mayerling Vera M.

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 58

PRESENTACIÓN MAYERLING VERA IX

### Reglas Básicas de Seguridad Vial para Automovilistas

- 1.- Revise su vehículo antes de usarlo.
- 2.- Use su cinturón de seguridad y haga que los pasajeros lo utilicen.
- 3.- Deje sus llaves, si va a tomar bebidas embriagantes, utilice taxis o al conductor designado.
- 4.- Evite conducir cansado y entre 02-05 hrs A.M.
- 5.- Si está emocionalmente alterado, evite manejar o contrólese sea prudente y cortés. Discusión al volante reduce la atención del conductor en un 26%. Solo el 7% de los conductores tiene un control emocional correcto (Preventis – España).



Fuente: Mayerling Vera.



## ANEXO 59

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA X

#### Reglas Básicas de Seguridad Vial para Peatones

**ACTITUD**

1. Nunca cruce en una curva ni cerca de ella. Por muy solitario que sea el camino busque un sitio con visibilidad.
2. Antes de cruzar: PARE, MIRE, ESCUCHE Y CRUCE. observe derecha-izquierda-derecha.
3. Si tiene que salir a la calle de noche traiga una lámpara, use ropa clara y con reflejante, hágase notar, camine por la izquierda con el tráfico de frente, si van en grupo caminen en fila.
4. Aléjese de los vehículos que hacen maniobra de reversa en los estacionamientos y cocheras.
5. Cuando baje del autobús o transporte de pasajeros y haya que cruzar la calle, hágalo rodeándolo hacia la parte de atrás del camión, ya que por el frente puede ser atropellado.

Proyecto Networkvial – México – Ing. Raul Peniche

 @LLAMADO VIAL

 LLAMADO A LA CONCIENCIA

Mayerling Vera M.



Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 60

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XI

**A**                      **V**                      **A**

**AUTOESTIMA**    **VALORES**            **ACTITUD**



**TODOS SOMOS SEGURIDAD VIAL**

*Festejar es parte de la vida y deseamos que se repita felizmente, pero para ello... sigue estos consejos:*

**Tips para seguir la fiesta:**

- ♪ **¿Sólo?, si no controlas la bebida, mejor deja el auto y ten a mano el número de un taxista de confianza.**
- ♪ **El grupo de siempre: Turnarse para asignar al conductor de la noche. Bríndale todas las bebidas sin alcohol.**
- ♪ **Tu amigo, está borracho y es el conductor: Salva tu vida y la suya: Busca apoyo para que no maneje ebrio y te de las llaves del auto.**
- ♪ **¿Sin auto?. No te vayas caminando, llama un servicio desde el local o casa, que te busque.**

**LLAMADO) A LA CONCIENCIA VIAL**



Todo momento es bueno para celebrar, reír y compartir

*Planifica algunos detalles para que la pases aún mejor:*

*Verifica si es posible pasar la noche en el lugar de encuentro.*

*De salir de casa, ten la máxima atención en el camino/volante.*

*El Conductor de la noche, deberá ser el más consentido, pues no debe tomar alcohol. Crea formas divertidas de consentirlo, propiciando el compartir.*

**LLAMADO) A LA CONCIENCIA VIAL**



Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 61

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XII



**¿Por qué tú eres  
#SeguridadVial?**

¿Por qué lo somos todos?  
Lo somos desde nuestro ser,  
Desde nuestro amor propio,  
Porque hacemos la diferencia,  
Tenemos ese poder

 @LLAMADO VIAL  LLAMADO A LA CONCIENCIA Mayerling Vera M. 

Fuente: Mayerling Vera.

## ANEXO 62

### PRESENTACIÓN MAYERLING VERA XIII

*Muchas  
Gracias*

Hay grandes responsabilidades que vienen junto  
con la libertad  
Y una de ellas es que debes tomar  
responsabilidad de tu propia...  
vida, de tus propias acciones.

Camille Plaglia



**¡TODOS SOMOS PARTE DE LA SOLUCIÓN!**

 @LLAMADOVIAL  LLAMADO A LA CONCIENCIA

Mayerling Vera M. 

[www.llamadoalaconciencia.blogstop.com](http://www.llamadoalaconciencia.blogstop.com) Diseño: @Llamwv

Fuente: Mayerling Vera.

**ANEXO 63**

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE I

# El alcohol y nuestro cerebro



Claudia Valente

Psicólogo Clínico



Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 64

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE II



¿Por qué bebemos alcohol?

Claudia Valente - Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 65

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE III



disfrutar de nuestro coctel  
favorito

---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 66

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE IV

apreciar las “formas” de su  
sabor



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.



## ANEXO 67

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE V

acompañar una comida



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 68

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VI

brindar por una ocasión especial



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

**ANEXO 69**

**PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VII**

“...es diciembre”

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

---

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 70

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE VIII

“Es viernes  
y... el cuerpo lo sabe”  
el beber llama”



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 71

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE IX

¡Papá nos graduamos!



Claudia Valente – Psicólogo Clínico

---

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 72

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE X



Se trata de una conducta, en su mayoría  
compartida en grupos

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 73

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XI

“**ME PASÉ** de tragos”

“Lo que pasa es que el último estaba  
**MÁS FUERTE**”

“Fue la **COMIDA** que me cayó mal”

“Fueron los **SHOTS**”

“No sé ni cómo **ME BORRÉ**”



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 74

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XII



¿Por qué se abusa del alcohol?

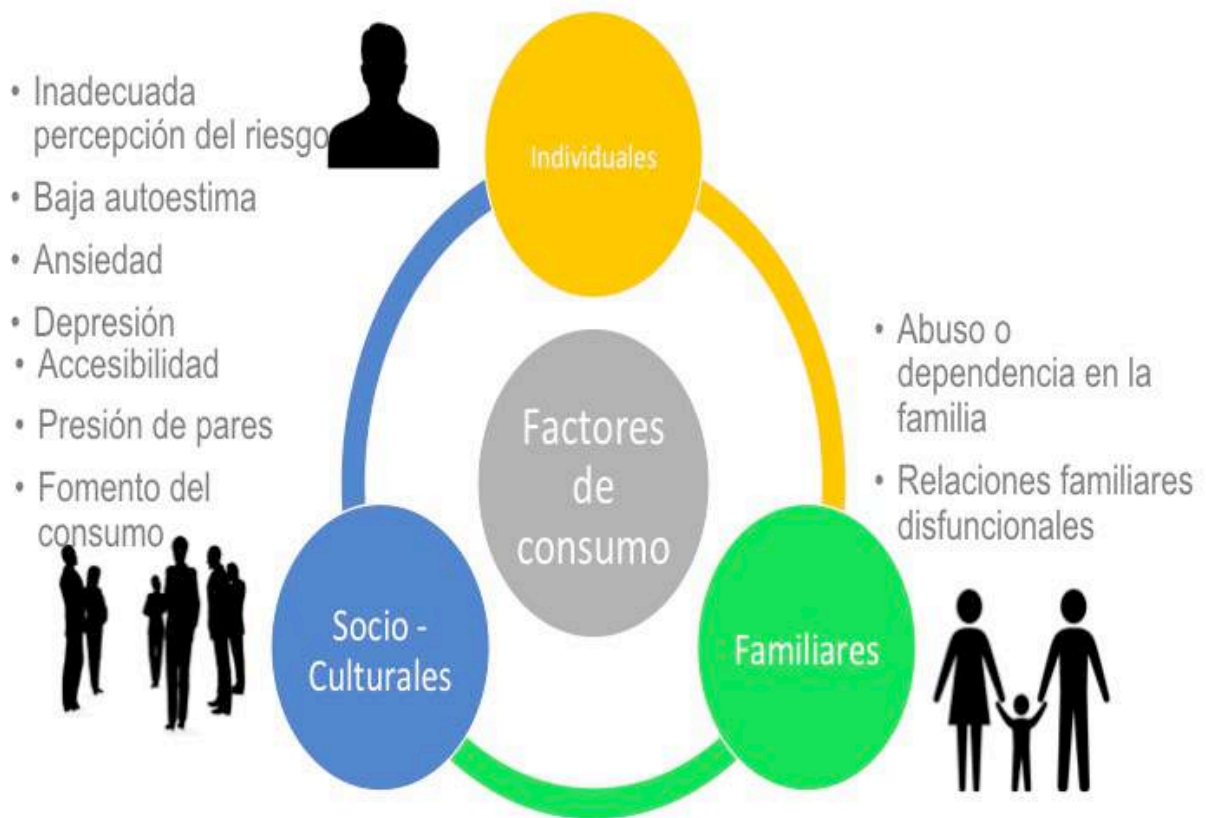
Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.



## ANEXO 75

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIII

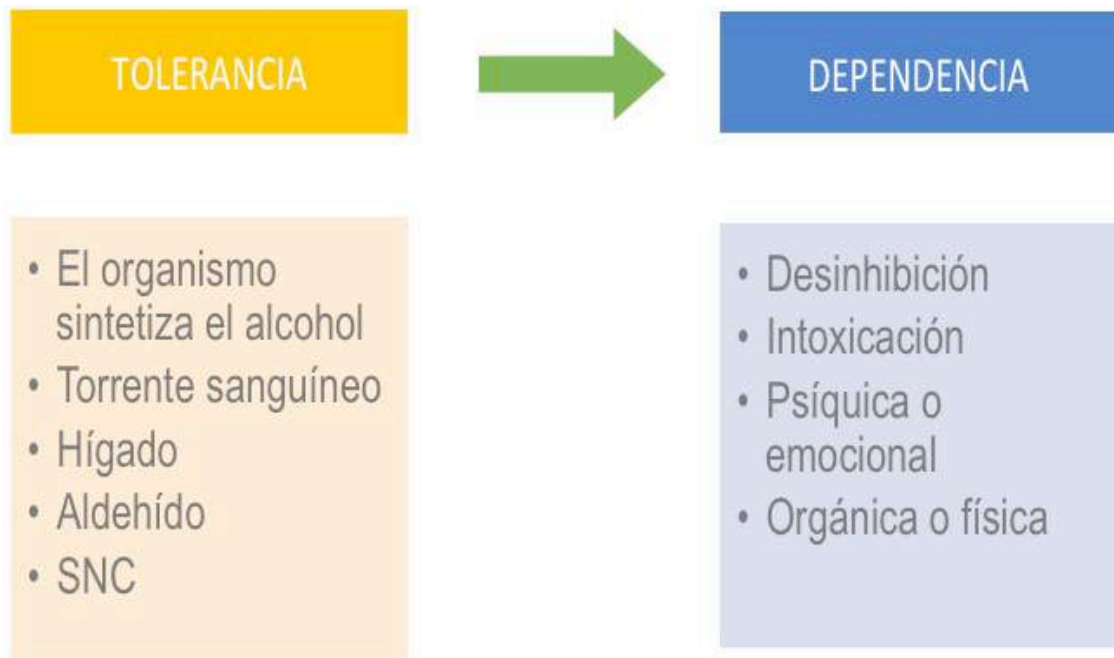


Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 76

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIV



Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 77

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XV

# ¿Por qué se repite esta conducta?

El cerebro de las personas que consumen alcohol en **EXCESO** es más receptivo y más **sensible** a neurotransmisores que desencadenan el placer y un **EFEECTO DE RECOMPENSA**.



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 78

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVI

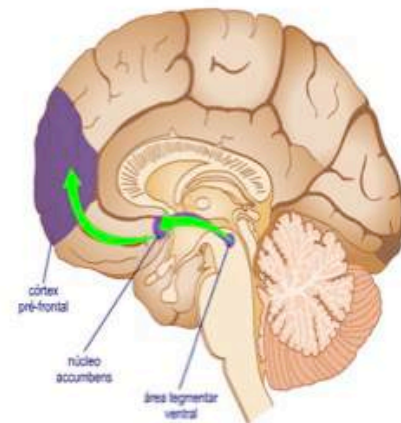
# Circuito de recompensa

El alcohol promueve la liberación de

## ENDORFINAS

- Corteza frontal
- Núcleo accumbens

Deseo incontrolable por **SEGUIR BEBIENDO**



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 79

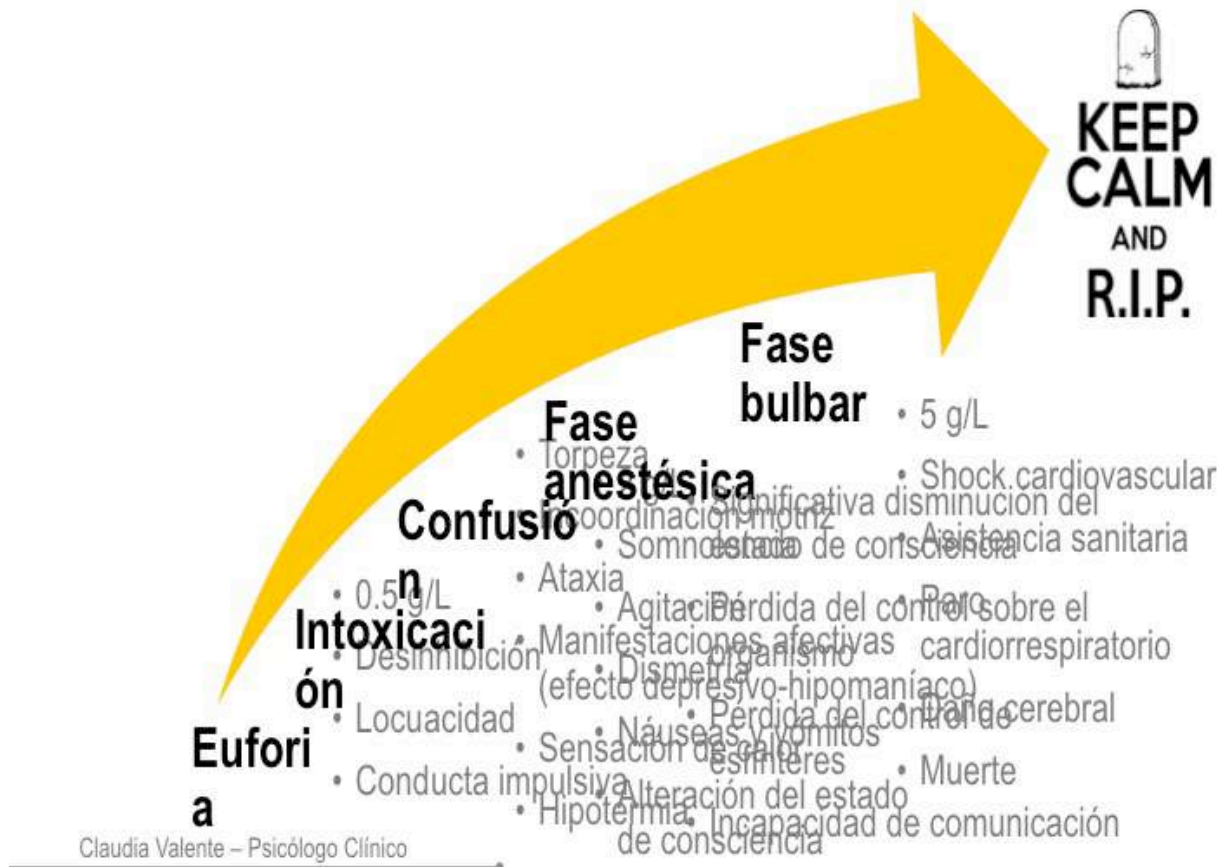
### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVII



Fuente: Claudia Valente.

# ANEXO 80

## PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XVIII



Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 81

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XIX



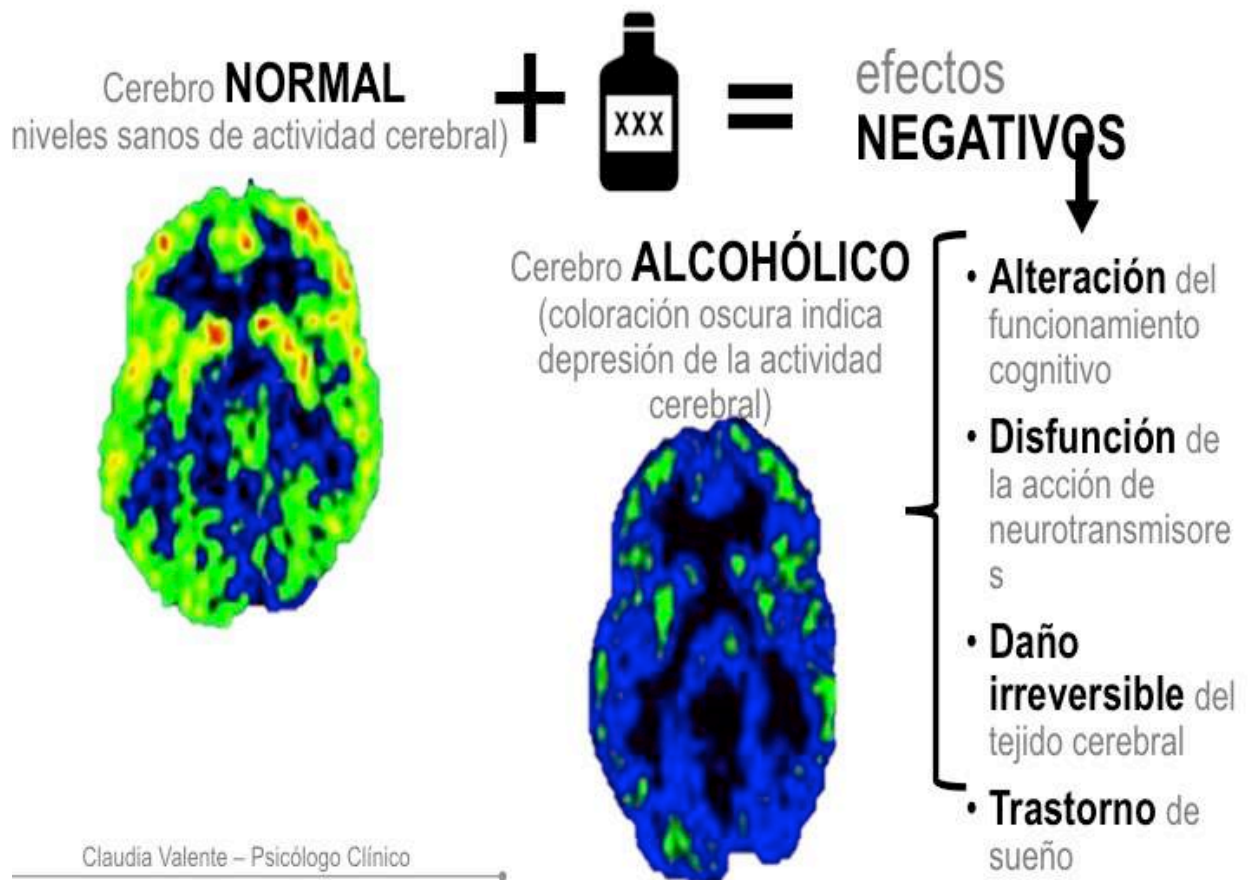
## Efectos del consumo moderado

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 82

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XX



Fuente: Claudia Valente.



## ANEXO 83

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXI



# Relaciones interpersonales

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 84

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXII

El consumo de alcohol puede afectar de muchas formas las relaciones interpersonales



---

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 85

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXIII



Fuente: Claudia Valente.

## ANEXO 86

### PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXIV

Ψ #Fact

Más del **90%** de los casos de **alcoholismo** se tratan psicológicamente según las **fases de la adicción**



1. Ausencia de reconocimiento del problema
2. Contemplación
3. Acción

Claudia Valente – Psicólogo Clínico

#FriendlyΨRemin  
der



Fuente: Claudia Valente.

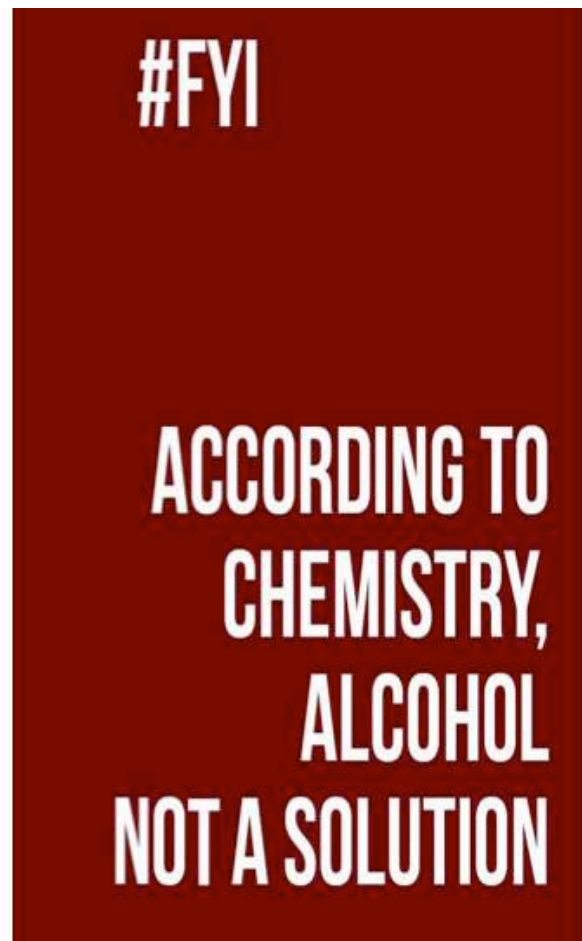
ANEXO 87

PRESENTACIÓN CLAUDIA VALENTE XXV

**TODO** consumidor debe  
**CONOCER** los efectos del alcohol  
sobre el organismo  
Asistencia y apoyo en el consumo  
**Gracias!**  
**AFECTE** las actividades  
cotidianas

**SIEMPRE** hay un mejor **PLAN**  
**A**

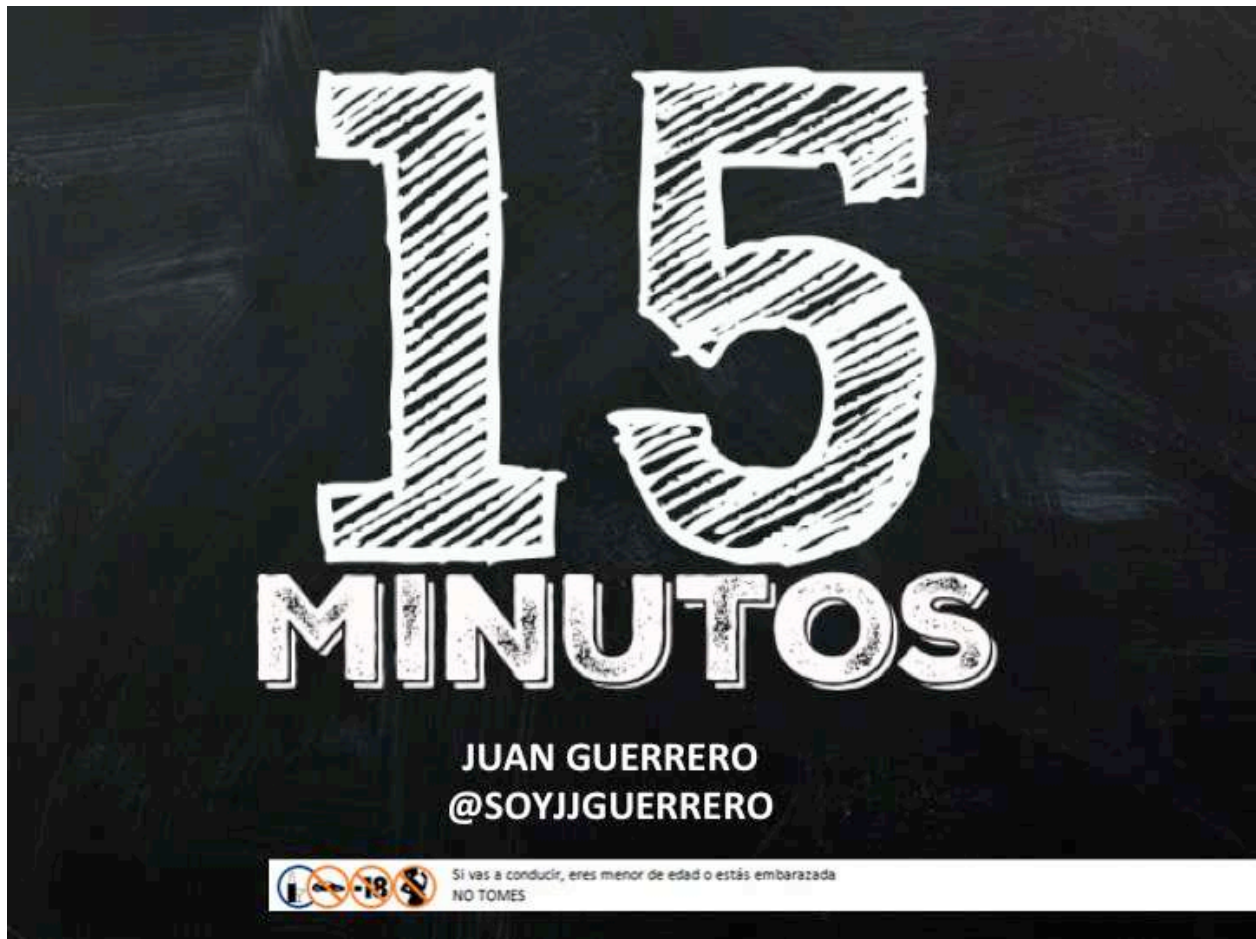
Claudia Valente – Psicólogo Clínico



Fuente: Claudia Valente.

**ANEXO 88**

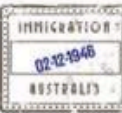
**PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO I**



Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 89

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO II



Graduarnos:  
**#EMBAJADOR**  
CONSUMO RESPONSABLE

Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 90

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO III

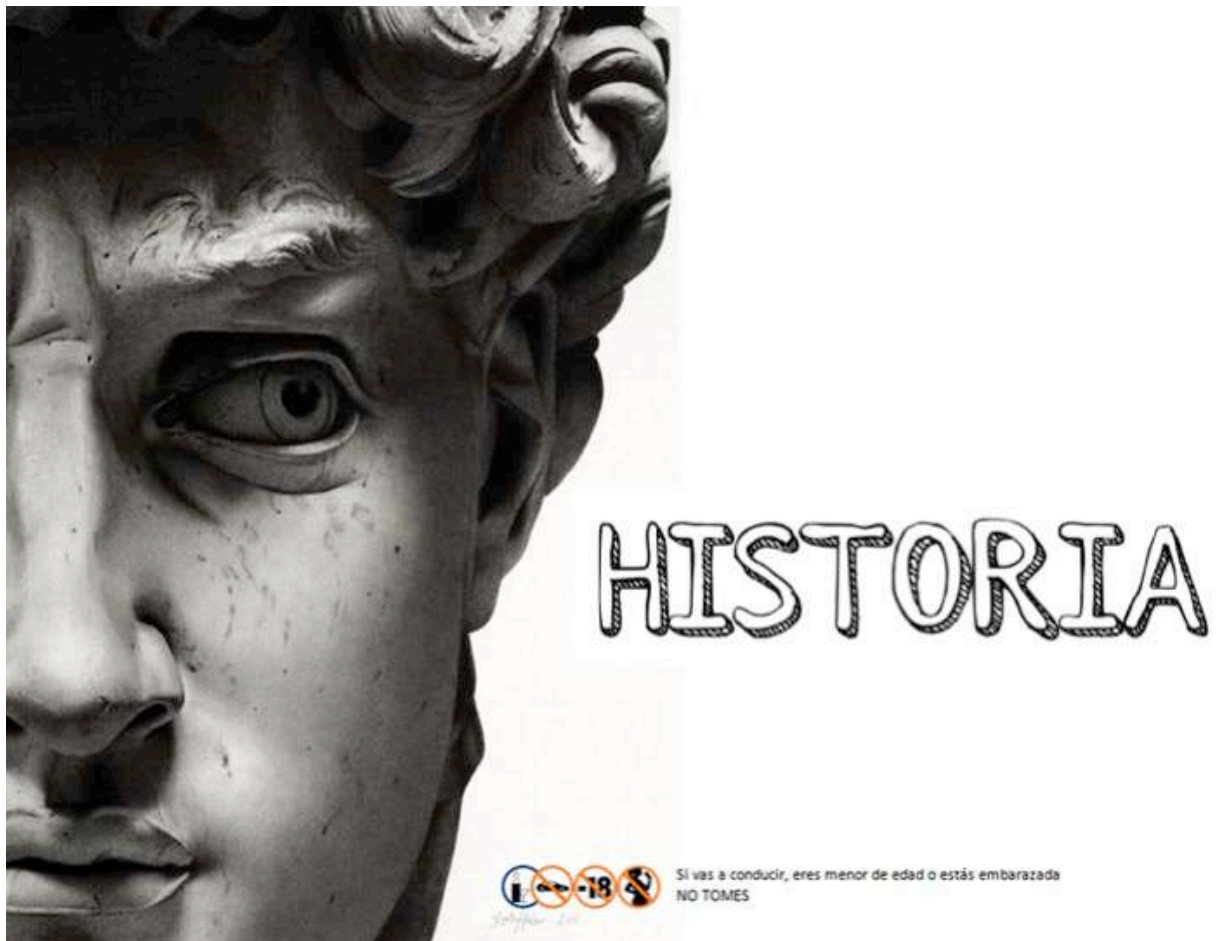


Fuente: Juan Guerrero.



## ANEXO 91

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO IV



Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 92

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO V

- 1 Tiene sus inicios de la civilización egipcia. Escritos y jeroglíficos
- 2 Bebida alcohólica primitiva en China alrededor del año 7000 a.C.
- 3 India tiene bebida alcohólica llamada sura, destilada del arroz, entre los años 3000 y 2000 a.C.
- 4 Grecia, una de las primeras bebidas alcohólicas que ganó popularidad fue el aguamiel (Hidromiel).
- 5 Noé el haberse dedicado a la labranza y a plantar la “vid”; en la Biblia se menciona que bebió vino para celebrar el final del diluvio universal y que se embriagó.

Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 93

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VI

6

El origen de la palabra "alcohol" proviene de los árabes.

7

Siglo XV es cuando nacen algunos de los licores más conocidos y de mayor consumo como el coñac, el brandy, el whisky o el ron.

8

El siglo XIX trajo un cambio de actitud y una campaña antialcohólica empezó a promover el uso moderado del alcohol.

9

La primera referencia de la HIDROMIEL puede encontrarse en las pinturas rupestres que están datadas sobre los 9000 a. C.

10

Una de las tradiciones de "La Luna de Miel" proviene de los teutones, consistía que durante un ciclo lunar los recién esposados tomaban Hidromiel para la fertilidad, por considerarle propiedades afrodisíacas.

Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 94

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VII



CELEBRACION  
*responsable*

Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 95

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO VIII

- 1 El anfitrión responsable da el Ejemplo
- 2 Ofrecer Bebidas sin alcohol o alimentos como una alternativa para ayudar al consumidor a conservar la sobriedad.
- 3 Si la celebración es en casa, se recomienda utilizar a bartenders profesionales que promuevan el consumo y servicio responsable.
- 4 Estimular la selección del Conductor Designado: Se pueden realizar sorteos con premios que estimulen que las personas sean el responsables de no consumir alcohol si van a conducir.  
Tener a mano un listado de servicios de taxis seguros.
- 5 Tener opciones de hospedaje: Si la situación lo permite se debe contemplar la posibilidad de que alguno de los invitados pueda exceder en el consumo.

Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 96

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO IX



Si vas a conducir, eres menor de edad o estás embarazada  
NO TOMES

Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 97

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO X



Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 98

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XI

#### **DISMINUCIÓN DE INHIBICIONES:**

*Comportamiento más locuaz, fuerte, cambios en el comportamiento.*

#### **DETERIORO DEL JUICIO:**

*Se comporta inapropiadamente, usando lenguaje soez, contar chistes inadecuados, molesta a otros, cada vez menos amigable.*

#### **LENTIFICACIÓN DE REACCIONES:**

*Ojos desenfocados, hablar lentamente, olvidar las cosas, perder la secuencia del pensamiento y dificultad para hablar.*

#### **PÉRDIDA DE COORDINACIÓN:**

*Tropezarse, derramar y tumbar el cosas.*



Fuente: Juan Guerrero.



ANEXO 99

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XII



Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 100

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XIII

<p style="text-align: center;"><b>Beneficios Físicos - Reducción de Enfermedades y Accidentes Cardiovasculares</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>¿Cómo se beneficia el cuerpo humano?</b></p> <p>La reducción considerable del riesgo de sufrir enfermedades o accidentes cardiovasculares está asociada a la intervención del ingrediente activo del alcohol, una molécula simple llamada etanol y a la combinación de una serie de efectos que es capaz de producir en el cuerpo humano.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>Estudios Realizados</b></p> <p>cardiopatía isquémica, accidente cerebro vascular, enfermedad vascular periférica, muerte súbita cardíaca, entre otras. Sin embargo, entre los estudios más destacados se encuentran el Health Professionals Follow-up Study, el estudio desarrollado por el British Cardiovascular Society y la Encuesta Nacional de Salud Española.</p>
<p style="text-align: center;"><b>¿Cómo se beneficia el cuerpo humano?</b></p> <p>La diabetes tipo 2 es una enfermedad metabólica crónica debido a la producción insuficiente de insulina, lo cual puede ser consecuencia de una deficiencia pancreática, mala alimentación o problemas de obesidad, en esta enfermedad el alcohol interviene directamente en su prevención al aumentar los niveles de glucosa en sangre.</p> <p style="text-align: center;"><b>Estudios Realizados</b></p> <p>Estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública y Medio Ambiente y Centros Médicos y Científicos Holandeses</p>	<p style="text-align: center;"><b>Beneficios Físicos - Reducción de Riesgo de Sufrir Diabetes Tipo 2</b></p>

Fuente: Juan Guerrero.

## ANEXO 101

### PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XIV

¿Cómo se beneficia el cuerpo humano?
Diversos estudios realizados en países como Francia, Reino Unido, Finlandia y Dinamarca, afirman que el consumo moderado de alcohol (entre 22 y 32gr de alcohol diario) tiene un efecto protector ante el riesgo de mortalidad por cualquier enfermedad.
Estudios Realizados
Estudio de la Universidad Católica de Campobasso

**Beneficios Físicos**  
- Reducción de  
**Riesgo de Muerte**  
**Ante Cualquier**  
**Enfermedad**

**Beneficios Físicos**  
- Posible  
**Duplicación de la**  
**Expectativa de**  
**Vida**

¿Cómo se beneficia el cuerpo humano?
Se habla de una posible duplicación de la expectativa de vida, ya que ha sido realizado un estudio en gusanos cuyos genes son muy parecidos a los genes del ser humano, sin embargo este estudio no tiene un 100% de veracidad en el caso de humanos.
Estudios Realizados
Estudio realizado por la Universidad de California, Los Angeles. (UCLA)

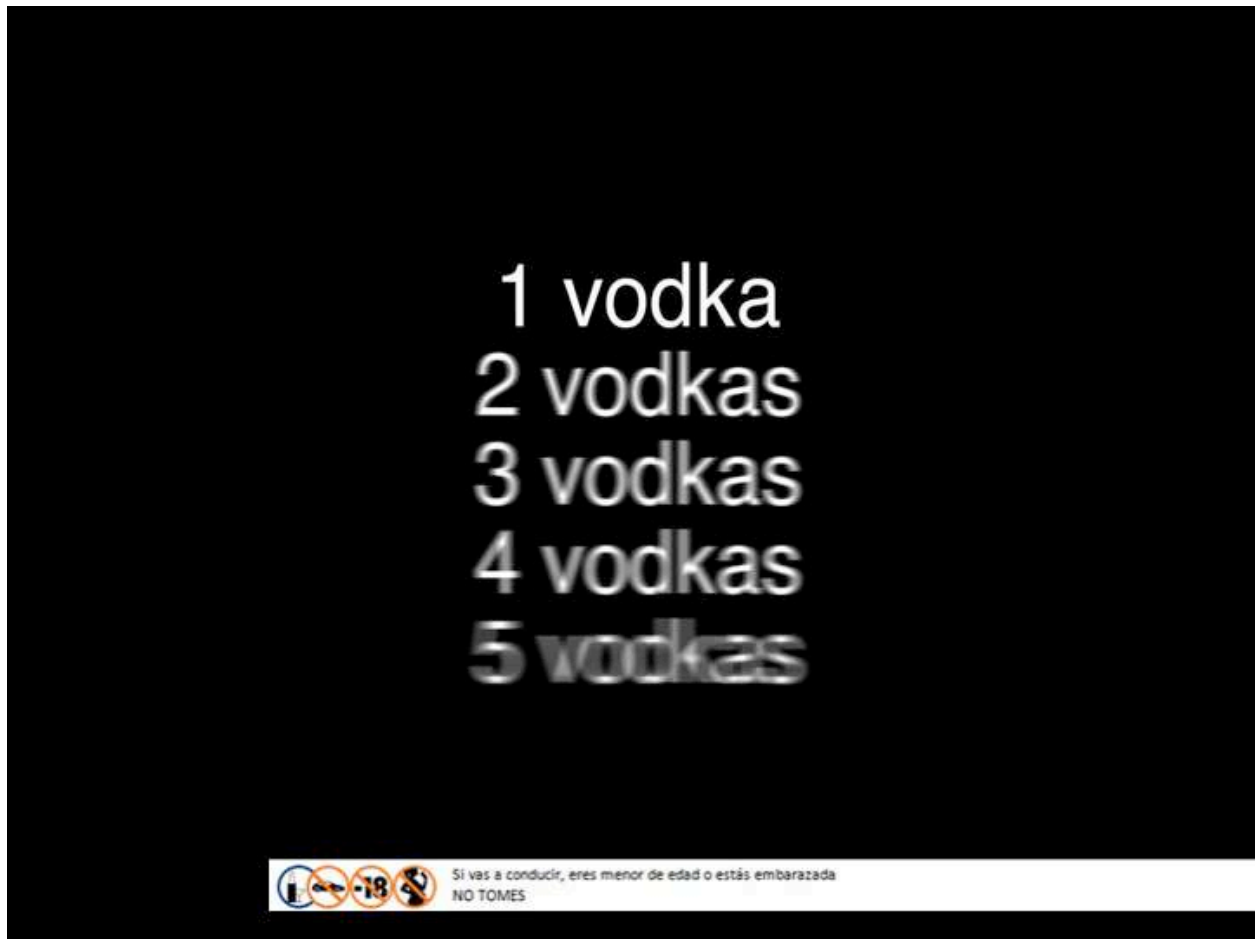
¿Cómo se beneficia el cuerpo humano?
Lo que ocurre en el cuerpo es que el alcohol en el hígado hace que se excreten menos desechos, por lo tanto la vesícula biliar se ve con menos probabilidades de afectación.
Estudios Realizados
Estudio realizado por la Universidad de East Anglia

**Beneficios Físicos**  
- Reducción de  
**Cálculos Biliares**

Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 102

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XV



Fuente: Juan Guerrero.

ANEXO 103

PRESENTACIÓN JUAN GUERRERO XVI



Fuente: Juan Guerrero.

**ANEXO 104**  
**FOTOS EVENTO I**



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 105**  
**FOTOS EVENTO II**



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 106**

**FOTOS EVENTO III**



Fuente: Adriana Angarita.



**ANEXO 107**  
**FOTOS EVENTO IV**



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 108

### FOTOS EVENTO V



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 109**  
**FOTOS EVENTO VI**



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 110**  
**FOTOS EVENTO VII**



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 111**  
**FOTOS EVENTO VIII**



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 112**  
**FOTOS EVENTO IX**



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 113

### FOTOS EVENTO X



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 114

### FOTOS EVENTO XI



Fuente: Adriana Angarita.



## ANEXO 115

### FOTOS EVENTO XII



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 116

### FOTOS EVENTO XIII



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 117

### FOTOS EVENTO XIV



Fuente: Adriana Angarita.

**ANEXO 118**

**FOTOS EVENTO XV**



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 119

### FOTOS EVENTO XVI



Fuente: Adriana Angarita.

## ANEXO 120

### FOTOS EVENTO XVII



Fuente: Adriana Angarita.