



Campaña EDESUR por los Chicos.

Responsabilidad Social Empresarial - Campaña de concientización.

Breve descripción de la empresa

EDESUR S.A. (Empresa Distribuidora Sur Sociedad Anónima), cuya sede principal se encuentra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (San José 140), fue una de las sociedades surgidas del proceso de transformación del sector eléctrico desarrollado por el Poder Ejecutivo Nacional entre los años 1991 y 1992. La ley N° 24.065, conocida como de “Marco Regulatorio Eléctrico” –sancionada por el Congreso de la Nación- y sus decretos reglamentarios, establecieron los lineamientos y pautas principales para la reestructuración y privatización de la industria eléctrica.

El objeto social de EDESUR es la prestación del servicio de distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona sur de la Capital Federal y doce partidos del Gran Buenos Aires (Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Cañuelas, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, Lanús, Lomas de Zamora, Presidente Perón, Quilmes y San Vicente).

El 1° de septiembre de 1992 se realizó la toma de posesión por parte del consorcio adjudicatario, iniciando EDESUR sus actividades dentro del área de concesión.

MISIÓN

“Somos una empresa de servicio público de energía eléctrica que distribuye y comercializa un insumo vital y crítico para la satisfacción de las necesidades básicas y de confort de empresas, instituciones y particulares, con continuidad, seguridad, calidad y eficiencia. Agregamos valor concientizando y asesorando a los clientes en el uso seguro y eficiente de la energía, minimizando el impacto ambiental, dando una solución rápida y definitiva a los problemas y actuando con responsabilidad comunitaria. Procuramos la mejora personal y profesional de los miembros de la organización y una genuina inserción comunitaria. Dentro de este marco buscamos ser percibidos como líderes del sector y alcanzar una rentabilidad sostenida para los inversores”.

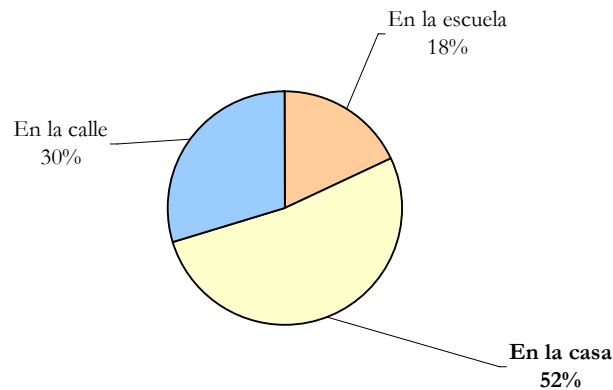
Causas que motivaron la implementación de la acción

Análisis de la situación previa y contexto

Según la Asociación Futuro del Niño (FUNI)¹, el hogar constituye un verdadero centro de riesgos, superior, incluso, a la vía pública y a la escuela, en donde hasta el 90% de los accidentes podrían evitarse si hubiera mayor prevención y cuidado.

¹ Asociación futuro del niño (FUNI) Diario el cronista 16/10/1997.

Lugares donde se producen los accidentes



Asimismo, la organización Child Safety afirma que los accidentes son la principal amenaza contra la salud de los niños, en donde más de una tercera parte de las muertes infantiles entre el primer año de vida y los catorce, se deben a accidentes. Estos accidentes causan la muerte de más niños que las cinco principales enfermedades fatales juntas.

Los accidentes no sólo son la principal causa de muerte en niños menores de quince años de edad, también son la principal causa de incapacidad permanente o temporal.²

Identificación del problema

Pese a sus innumerables ventajas, la electricidad va acompañada de ciertos riesgos que conviene conocer.

En la familia, muchas veces se manipulan artefactos eléctricos sin tomar conciencia respecto a los cuidados que hay que tener. En particular, los niños operan constantemente artefactos como el televisor y la computadora; por lo que la falta de información los expone a accidentes que pueden evitarse.

Si a lo mencionado en el ítem anterior le agregamos que, según la Superintendencia de Bomberos de la Policía Federal Argentina, entre el 35% y 40% de los incendios se generan por causas eléctricas, el hogar puede constituirse como un lugar de alto riesgo para la seguridad de los niños.

Sabiendo que no es posible la eliminación de todos los factores de riesgo existente en nuestra vida cotidiana, sin embargo, podemos tomar distintas medidas de prevención que disminuyan los accidentes.

Las experiencias en temas de seguridad indican que cuando un grupo conoce los riesgos potenciales a los que se encuentra expuesto y reflexiona acerca de las medidas preventivas, **reducen en forma significativa su tasa de accidentes.**

TARGET

Principales objetivos

² Child safety / Duke University Press-Arena, Jay y Settle Miriam – Editorial Diana México 1994.

Apuntando a concienciar en la prevención de accidentes, elevando la calidad de vida de nuestros niños y el bienestar social en general, en 1997 nació la Campaña “EDESUR por los chicos” cuyo objetivo principal es: **colaborar con los padres y docentes para que los niños aprendan sobre el uso seguro, racional y eficiente de la energía eléctrica.**

El público objetivo de la campaña son los niños de entre los 5 y 7 años, siendo la edad de los 5 años donde surge el “científico innato”, cuando el niño pregunta buscando informarse y separando los fenómenos reales de los cuentos fantásticos y de hadas, y toma conciencia de los peligros que acechan más allá de su experiencia cotidiana.

Este aprendizaje se da sobre la base de la experiencia (a veces aventurada y riesgosa), y las explicaciones de los adultos, que son confrontadas siempre con las acciones cotidianas: existe una necesidad permanente de juzgar la correspondencia entre el “decir” y el “hacer” de los adultos de referencia (familiares, docentes, padres). De allí surge la necesidad de colaborar en la formación de “hábitos seguros” de los niños a través de la modificación de acciones inseguras cotidianas de quienes, con su ejemplo, acompañan en su crecimiento.

Beneficiarios indirectos

Los niños de entre 3 y 4 años también eran alcanzados indirectamente por la Campaña, por medio del material didáctico que se entrega a las instituciones con las que se trabaja, que posibilita reforzar los consejos sobre uso seguro, racional y eficiente a través de juegos didácticos y material para dibujar y pintar.

La familia, también se constituye en beneficiaria indirecta, debido a que los niños pueden reforzar conceptos, a través del material que reciben, con sus hermanos u adultos de referencia.

Marco estratégico

Desde hace 11 años la Campaña “EDESUR por los chicos” trabaja ininterrumpidamente para la difusión e internalización de los consejos y medidas preventivas.

Si bien la metodología utilizada fue modificándose en función de la devolución recibida y las singularidades de la comunidad local y el contexto social particular de cada año, la estrategia de transmisión de los conceptos se ha basado siempre a través de personajes para niños (títeres, marionetas) los que, a través de un cuento, introducen a los niños hacia el maravilloso mundo de la electricidad, con fuerte énfasis en la prevención de accidentes y en el uso racional y eficiente de la energía.

Tanto la elección de los mensajes como de los personajes se efectúa a través de grupos motivacionales, bajo la supervisión de psicopedagogos, recreólogos y personal experto en materia energética, de manera de llegar de la mejor manera a los niños con estos consejos.

Un aspecto no menor, es que la Campaña se desarrolla convocando a los niños a través de las escuelas y Municipios, lo que no sólo permite brindarle un marco educativo, sino que posibilita a los docentes adquirir los principales conceptos para luego reforzarlos en las aulas, a través del material didáctico que EDESUR entrega a las instituciones, lo que asegura el afianzamiento de los conceptos, y posibilita una herramienta para incluir y trabajar la temática en futuros cursos (sostenibilidad). Entre el material didáctico entregado a estos fines se destaca:

- Juego de mesa, similar al de la Oca
- Lamina desplegable



- Rompecabezas
- Secuencia temporal
- Librito con actividad - (para los niños participantes)
- Hojas para colorear a los personajes

Grupos de interés y actores clave

EDESUR ha realizado especial hincapié en aquellos niños de entre 5 y 7 años, con nivel socioeconómico medio/bajo, que viven o concurren a instituciones dentro de las zonas del área de concesión de la compañía, cuyas condiciones de vida en general es precaria, y donde la seguridad – en todas sus formas – no es parte de sus costumbres cotidianas.

Adicionalmente, esta campaña alcanzó la realización de acciones sobre “prevención de accidentes” en escuelas de sordos, trabajando con recursos especializados en el tema.

De esta forma, EDESUR pone foco en estos dos segmentos en donde, sea por la precariedad en las instalaciones eléctricas o por la dificultad de acceder a información necesaria y suficiente, representan un mayor riesgo de accidentes.

Metas

La Campaña tiene por finalidad dos grandes metas:

Meta cuantitativas

- Contactar a la mayor cantidad de niños fomentando el buen uso de la electricidad desde la eficiencia, la racionalidad y especialmente el uso cuidadoso en acciones de la vida cotidiana y de esta manera evitar accidentes.
- Disminuir y prevenir significativamente los accidentes en la infancia

Metas cualitativas:

- Apuntar a que los niños sean gentes reproductores de la información.
- Fomentar y abrir espacios para pensar en hábitos seguros
- Reflexionar acerca de medidas preventivas.
- Colaborar con información para familias e instituciones educativas.
- Establecer vínculos con la comunidad educativa, municipalidades, etc.
- General lazos de trabajo en conjunto con otras organizaciones

ACCIONES

Descripción de las medidas tomadas

Descripción del proceso, etapas y acciones concretas

Metodologías implementadas (1997 – 2008)

Período 1997 – 2000: Se programaron y realizaron visitas a los jardines de infantes del área de concesión de EDESUR, donde docentes especialmente entrenadas, mediante el relato de un cuento con guión y personajes creados y testeados especialmente para la campaña, llegaban con los consejos de prevención a los niños de 5 años, además se entregaba material didáctico desarrollado según las características del grupo etario.

Período 2001 – 2002: Se realizaron eventos en conjunto con las Autoridades Municipales de las distintas localidades del área de concesión de la compañía. Se realizó una *obra de títeres* con títeres de mano y varilla realizada en un retablo con escenografía especialmente preparada y adaptada para escuelas, centros culturales y teatros.

Persiguiendo el objetivo de la campaña y del feed back recibido, se varió el estímulo, y se extendió el grupo de edad a chicos de 4 a 6 años de contextos socioeconómicos desfavorables.

Para los niños de estas edades es muy valioso vivir la experiencia estética de espectadores teatrales. A través de estas experiencias, se les permite realizar procesos de identificación que los llevan a compartir diferentes emociones y avatares que viven los personajes, favoreciendo el desarrollo de la creatividad y fomentando la imaginación.

Período: 2003 – 2006: Se readaptó la obra con variadas técnicas de títeres (mano, varilla, títere de cuerpo etc.), y se realizó una escenografía móvil y giratoria. Además, se incorporaron nuevas canciones donde se invitaba a los chicos a formar parte de la “Misión Precaución”.

Durante esos años la Campaña “EDESUR por los chicos”, con su obra de teatro, tuvo participaciones masivas, como los eventos “Feria del libro infantil y Juvenil”, “River Solidario”, entre otras.

Adicionalmente, contó con la colaboración de APSE (Asociación para la Seguridad Eléctrica) a través del aporte de material informativo de prevención para que los chicos compartan con sus docentes y sus familias.

Período 2007 - actual: Festejando los 10 años de la campaña, se realizó una obra totalmente nueva, donde se trabajó con un guión totalmente nuevo, incorporando nuevos personajes, nuevas canciones (para crear o remarcar ciertos climas, acompañando las acciones de los personajes etc.), y se creó una escenografía con colores y formas armónicas acorde a la propuesta de formar parte del “Club de la energía”, un espacio en donde “todos podemos colaborar en la misión de prevenir accidentes en el hogar”.

La actual obra incluye malabares, acrobacias, un video realizado con chicos de la misma edad de los espectadores, y una espectacular escena de luz negra, donde se prioriza la acción por sobre lo discursivo, con momentos de distensión y calma y otros de suspenso y tensión.

Las obras fueron realizadas en teatros reconocidos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires en donde, a diferencia de otros años, además de los chicos y autoridades escolares participó la familia y el público en general.

Al cabo de cada presentación, se entrega material didáctico, un refrigerio para los chicos, y se sortean mochilas de la Campaña EDESUR por los chicos, bicicletas, computadoras, juegos de mesa etc.



Alianzas

A lo largo de estos once años de Campaña, “EDESUR por los Chicos” ha trabajado en conjunto con varias instituciones, entre otras:

- Ministerios de Educación y Cultura.
- Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Dirección General de Cultura y Educación Gobierno de la Provincia de Buenos Aires
- Los Municipios del área de concesión de EDESUR
- APSE (Asociación para la promoción de la seguridad eléctrica)
- Casa de las Provincias
- Club River Plate
- Confederación Argentina de Sordos
- Comisión Asesora para las personas Discapacitadas

Estas alianzas han posibilitado una amplia difusión, convocatoria, y el respaldo necesario para incluir los conceptos dentro de las actividades que los docentes desempeñan con los niños.

Principios, valores y políticas que respaldan la acción

“EDESUR por los chicos” ha sido concebida en respuesta a la detección de la necesidad de información y capacitación de la población en materia de uso seguro, racional y eficiente de la electricidad, y enmarcada dentro de la misión de EDESUR, destacando el compromiso de la empresa en el cumplimiento de los siguientes valores corporativos:

- Orientación hacia el cliente
- Compromiso con la calidad, seguridad y el medio ambiente
- Integración con la comunidad
- Aprendizaje y docencia

RESULTADOS

Resultados obtenidos

A la fecha, la Campaña ha alcanzado directamente a aproximadamente 200.000 niños, 8.000 docentes y 20.000 padres, educándolos sobre el uso, eficiente y racional de la energía eléctrica.

Adicionalmente, el material entregado a las escuelas y hogares ha hecho posible alcanzar a casi 1 millón de personas más, entre niños y padres.

Los resultados cualitativos, asociados al nivel de comprensión y aplicación de los consejos, se miden con la devolución oral o escrita que nos han hecho las instituciones educativas, y a través de la información obtenida a través de la metodología “observaciones participativas”, es decir, evaluando “in situ” la respuesta de la audiencia.



Reconocimientos obtenidos

Además de la satisfacción por el hecho de contribuir con la educación y la seguridad eléctrica de la población, “EDESUR por los Chicos” se ha visto reconocida en distintas oportunidades a través de auspicios institucionales y reconocimientos, entre otros:

- o Nombramientos de Interés Municipal en los siguientes Municipios: Avellaneda, Esteban Echeverría, Florencio Varela, San Vicente y Lanús.
- o Nombramiento de Interés para el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- o Auspicio Institucional de La CONADIS: Comisión Nacional Asesora para la Integración de las Personas Discapacitadas.

Conclusiones finales

Lecciones aprendidas



A los efectos de asegurar el nivel de penetración de los conceptos, desde un primer momento la Campaña “EDESUR por los chicos” estableció vínculos de trabajo con las instituciones educativas, profesionales (psicopedagogos y recreólogos), entre otras. Cada una de estas alianzas permitió construir una red interdisciplinaria en la que el objetivo principal era el de difundir los conceptos y beneficios del uso seguro, racional y eficiente de la electricidad.

Además, el marco establecido para una mejor transmisión de los conceptos ha sido minuciosamente estudiado, desarrollando guiones, personajes, canciones y escenografías que permitan llevar a la vida cotidiana los consejos, facilitando la asimilación por parte de la audiencia.

Desafíos futuros

La campaña fue evolucionando durante estos 11 años, adaptándose a las necesidades, características y al contexto social. En su compromiso, la Campaña tiene como desafío llegar a todos los niños dentro del área de concesión, y así contribuir a disminuir su exposición a situaciones de riesgos.

En tal sentido EDESUR no solo será por los chicos, si no también con y para todos los chicos, donde se adapte y se prepare información, teniendo en cuenta las necesidades, la diversidad y la integración.

En el año 2009 se proyecta seguir trabajando en prevención de accidentes con la comunidad sorda y extender la temática a niños discapacitados (Ej. no videntes, movilidad reducida etc.) que como otros deben desarrollar competencias y habilidades cognitivas diferenciadas y muchas veces quedan excluidos de la información diaria, se los margina en sus derechos y se los restringe en su desarrollo.

Asimismo, EDESUR se encuentra desarrollando un acuerdo para incluir consejos de la Policía Federal Argentina, destinados a la seguridad física y emocional de los chicos, dentro de la “Campaña EDESUR por los chicos”. De esta manera, además de prevenir y aconsejar en materia de energía eléctrica, la Campaña posibilitará tratar aspectos como:

- ¿Cómo me cuido en la calle?
- El tránsito y el transporte
- ¿Cómo me cuido en casa o en el edificio?
- ¿Con qué no puedo jugar?
- ¿Cómo cuidarme con la computadora?
- Consejos de Internet en general
- Mi cuidado personal
- Tengo que cuidar el mundo en el que vivo