

RIF: -J 30647247-9



**Universidad
Monteávila**

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

“EVENTO: SEMINARIO FITNESS 360”

Proyecto Final de Carrera

Autores:

Alemán Gómez, María Fernanda

Porta Corradini, Sophia Helena

Rodríguez Díaz, Luis Manuel

Rodríguez Frías, Gabriel Eduardo

Profesor Coordinador:

Rubén Rodríguez

Caracas, Marzo 2016

DERECHO DE AUTOR

Quien suscribe, en condición de autor originario del trabajo titulado "Manual de Producción: Seminario Fitness 360, declara que: cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho de autor de contenido patrimonial que nos corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta sesión patrimonial comprenderá el derecho para la universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer al autor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

Nombre: María Fernanda

Apellidos: Alemán Gómez

CI: 23.944.208

Nombre: Sophia Helena

Apellidos: Porta Corradini

CI: 22.391.001

Nombre: Gabriel Eduardo

Apellidos: Rodríguez Frias

CI: 20.654.708

Nombre: Luis Manuel

Apellidos: Rodríguez Díaz

CI: 23.711.546

En la ciudad de Caracas, a los 11 días del mes de Marzo de 2016

AGRADECIMIENTOS

Consideramos este un momento especial para agradecer toda la confianza puesta en nosotros para realizar el I Seminario Fitness 360 en la Universidad Monteávila, que mas allá de ser nuestro proyecto final de carrera, busca trascender dentro de la comunidad universitaria de nuestra Casa de Estudio, para que el trabajo y aporte de todos aquellos que han intervenido de distintas maneras en la realización de este, quede plasmado y al alcance de aquellos quienes se motiven a seguir con esta iniciativa.

Aprovechamos esta oportunidad para agradecer A Dios. Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, por acompañarnos y guiarnos a lo largo de nuestra carrera y darnos fortaleza en los momentos de debilidad, por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Queremos expresar nuestra mas sincera y enorme gratitud hacia nuestra Casa de Estudios, La Universidad Monteávila, por estos 5 años de estudio en sus aulas, por ser multiplicadores de saberes en nosotros así como en toda la población estudiantil y brindarnos la opción de cerrar nuestra formación como comunicadores sociales llevando a cabo este proyecto que en definitiva representa un logro muy importante a nivel personal y profesional.

A nuestras familias por todo el apoyo a lo largo de nuestras vidas. Por darnos la oportunidad de estudiar esta carrera. Y por ser ejemplo de vida. Por darnos su apoyo en todo momento durante largas noches en vela de trabajo, brindándonos su ayuda en la solución de distintos contratiempos y situaciones, recalcando la importancia del esfuerzo y el empeño constante para lograr lo que nos proponemos

Debemos agradecer de manera especial a nuestro tutor Rubén Rodríguez por aceptar realizar este proyecto final de carrera bajo su dirección. Su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas han sido un aporte invaluable y fundamental, no solo en el desarrollo de esta Proyecto, sino

también en nuestra formación como Comunicadores Sociales. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no habría sido posible concebir sin su siempre oportuna participación.

Por último pero no menos importante, a todas las personas que hicieron posible este proyecto, a nuestros patrocinantes, personal de la universidad, secretaria de deporte del Centro de Estudiantes y a nuestros compañeros de aula especialmente Armando Allueva y Denisse García que nos apoyaron desinteresadamente en el desarrollo de este proyecto.

A todos ustedes, nuestros agradecimientos totales.

María Fernanda Alemán

Sophia Helena Porta

Gabriel Rodríguez

Luis Manuel Rodríguez

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

I. RESUMEN.....	1
II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	2
2.1 TEMÁTICA.....	2
2.2 INTRODUCCIÓN.....	3
2.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
2.4 MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PFC.....	7
2.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
2.6 OBJETIVOS.....	10
2.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
2.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
2.7 TIPO DE PROYECTO.....	11
III. MARCO TEÓRICO	12
3.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTO O SERVICIO.....	12
3.2 CONSUMIDOR.....	12
3.3 MERCADEO.....	13
3.4 DOFA/FODA.....	13
3.5 EVENTO.....	14
3.6 FITNESS.....	15
3.7 EJERCICIO FÍSICO.....	16
3.8 ENTRENAMIENTO.....	17
3.8.1 BOOTCAMP.....	17
3.8.2 CROSSFIT.....	18
3.8.3 ENTRENAMIENTO DE GIMNASIO.....	18
3.8.4 ENTRENAMIENTO FUNCIONAL.....	19
3.9 NUTRICIÓN.....	19
IV. ESTRATEGIA.....	21
V. MANUAL DE PRODUCCIÓN.....	27
5.1 CRONOGRAMA.....	27
5.2 PRE-EVENTO.....	28
5.2.1 DEFINIR PÚBLICO META.....	28

5.2.2	DEFINIR DÍA, FECHA Y LUGAR DEL EVENTO.....	30
5.2.3	COMITÉS DE TRABAJO.....	30
5.2.3.1	COORDINACIÓN DE FINANZAS.....	30
5.2.3.2	COORDINACIÓN DE PATROCINIO.....	31
5.2.3.3	COORDINACIÓN DE TALENTOS	31
5.2.3.4	COORDINACION DE IDENTIDAD Y COMUNICACIONES.....	31
5.2.3.5	COORDINACIÓN DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO.....	31
5.2.4	PARTICIPANTES.....	31
5.2.4.1	EXPLICACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DE CADA PARTICIPANTE.....	31
5.2.4.2	CARTA DE PRESENTACIÓN A LOS PARTICIPANTES.....	33
5.2.4.3	CARTA DE AGRADECIMIENTO A PARTICIPANTES.....	33
5.2.4.4	BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES.....	33
5.2.4.5	CURRICULUM DE LOS PARTICIPANTES.....	33
5.2.5	PATROCINIOS Y PROVEEDORES.....	35
3.2.5.1	EXPLICACIÓN DEL TIPO DE PATROCINIO CONSEGUIDO.....	35
3.2.5.2	MODELO DE CARTA DE PATROCINIO.....	36
3.2.5.3	MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO.....	36
3.2.5.4	BASE DE DATOS DE PATROCINANTES.....	37
3.2.5.5	CIERRE DE NEGOCIACIONES CON PATROCINANTES.....	37
5.2.6	LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN.....	37
5.2.6.1	REFRIGERIOS.....	37
5.2.6.2	PROTOCOLO.....	38
5.2.6.3	ENTRADAS.....	38
5.2.6.4	DECORACIÓN	38
5.2.6.5	EQUIPOS AUDIOVISUALES.....	39
5.2.6.6	OBSEQUIOS.....	39
5.2.6.7	CERTIFICADOS.....	39
5.2.7	PROGRAMA DEL EVENTO.....	40
5.2.8	IDENTIDAD GRÁFICA.....	40
5.2.9	COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.....	42
5.2.9.1	PLAN DE MEDIOS Y ESTRATEGIA PROMOCIONAL.....	42
5.2.9.1.1	MEDIOS ALTERNATIVOS	43
5.2.9.1.2	MEDIOS MASIVOS.....	44

5.2.9.2 PIEZAS GRÁFICAS.....	44
5.2.10 PRESUPUESTO.....	45
5.2.10.1 MANENO DE PRESUPUESTO.....	46
5.3 EVENTO.....	47
5.4 POST- EVENTO.....	50
VI. CONCLUSIONES.....	53
VII. RECOMENDACIONES.....	55
VIII. REFERENCIAS.....	57
IX. ANEXOS.....	59
ANEXO A.....	59
LOGOTIPO DE FITNESS 360.....	59
ANEXO B.....	60
BASE DE DATOS DE COORDINACIONES.....	60
ANEXO C.....	61
LISTADO DE PROTOCOLO.....	61
ANEXO D.....	62
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	62
ANEXO E.....	63
PROGRAMA DEL EVENTO.....	63
ANEXO F.....	64
ENTRADAS DEL EVENTO.....	64
ANEXO G.....	65
BASE DE DATOS DE POSIBLES PARTICIPANTES.....	65
ANEXO H.....	66
BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES FINALES.....	66
ANEXO I.....	67
CARTA DE INVITACIÓN A PARTICIPANTES.....	67
ANEXO J.....	69
CARTA DE AGRADECIMIENTO A PARTICIPANTES.....	69
ANEXO K.....	71
MODELO CARTA DE AGRADECIMIENTO PATROCINANTES.....	71
ANEXO L.....	73
MODELO CARTA DE PATROCINIO.....	73
ANEXO M.....	75

BASE DE DATOS POSIBLES PATROCINANTES.....	75
ANEXO N.....	77
BASE DE DATOS DE PATROCINANTES CONFIRMADOS.....	77
ANEXO Ñ.....	78
CIERRE DE NEGOCIACIONES CON PATROCINANTES.....	78
ANEXO O.....	86
MODELO CARTA AL ESTACIONAMIENTO.....	86
ANEXO P.....	88
EJEMPLO NOTA DE PRENSA.....	88
ANEXO Q.....	89
LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	89
ANEXO R.....	90
AFICHE PROMOCIONAL SEMINARIO FITNESS 360.....	90
ANEXO S.....	91
PROMOCION DEL EVENTO. REDES SOCIALES.....	91
ANEXO T.....	92
CUENTA DEL SEMINARIO FITNESS 360.....	92
ANEXO U.....	93
REFERENCIAS DEL FITNESS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE VENEZUELA.....	93
ANEXO V.....	94
FEEDBACK ASISTENTES. REDES SOCIALES.....	94
ANEXO W.....	96
ENCUESTA POST-EVENTO.....	96
ANEXO X.....	97
CERTIFICADO DEL EVENTO.....	97
ANEXO Y.....	98
PRESUPUESTO.....	98
ANEXO Z.....	99
MATERIAL AUDIOVISUAL. POST-EVENTO.....	99

RESUMEN

La Universidad Monteávila como institución educativa, busca impulsar al estudiantado a realizar actividades que rompan con los esquemas tradicionales que se van desarrollando en la casa de estudio.

La buena educación nutricional es esencial para el crecimiento de todas las personas, y junto con actividades físicas practicadas de la mejor manera, comprenden el balance adecuado para lograr una vida activa y saludable.

Fitness 360, es un espacio creado por estudiantes, en donde se busca captar la atención de la comunidad universitaria debido a que en los últimos años se ha estimulado el interés por los temas que involucran el mantenerse en forma, contando con la participación de diversas personalidades reconocidas en nuestro país, expertas en el tema.

Aplicando la modalidad de seminario, constituimos nuestro Proyecto Final de Carrera. Se seleccionó este tema, con la finalidad de aportar a la sociedad Venezolana conocimientos importantes del mismo, sabiendo que este está en pleno auge, y de esta manera buscamos incrementar las culturas en la materia desde perspectivas distintas.

La finalidad de este evento, es poder brindarles al público de la boca de especialistas altamente cualificados, conocimientos y herramientas en el tema, de manera práctica y sencilla, y al mismo tiempo clarificar mitos que hay acerca de la nutrición, dietas y actividades física, sirviendo entonces para personas que estén interesadas en mejorar o cambiar su hábitos alimenticios y deportivos, velando siempre por el bienestar de las personas.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1 TEMÁTICA

La relación existente entre la nutrición y el rendimiento deportivo posee una importancia obvia, la buena nutrición es esencial para un crecimiento y un buen desarrollo de actividad adecuada, generalmente solo se piensa en una en vez de complementarlas, tiene que haber un balance entre estos aspectos para lograr una vida deportiva eficaz.

En el seminario que se propone hacer, con la ayuda de expertos incursionaremos tanto en la nutrición como en el deporte, separándolo en dos bloques, las charlas de este constarán de 45 minutos con un segmento de preguntas de 15 min, donde se tocarán los principales temas de la salud, nutrición, ejercicio y control de peso.

El primer bloque estará protagonizado por distintos profesionales de la nutrición, los cuales compartirán con los asistentes sus conocimientos y a su vez desmentirán los falsos mitos sobre la comida, mientras que en el segundo, los entrenadores expertos en las materias, nos darán un recorrido sobre los entrenamientos idóneos para una vida fitness.

Módulo 1

Carlos Lezama: Nutrición: Mitos y Verdades

Zarahis Guzmán: Hidratación: Antes, durante y después de la actividad física

Módulo 2

Antonella Baricelli: Ser Saludable vs Ser Fitness

Victor González: Entrenamiento en circuitos

Eleazar Guzmán: Entrenamiento dentro del gimnasio

2.2 INTRODUCCIÓN

Seminario Fitness 360 nace como iniciativa deportiva por parte de un grupo de estudiantes de la Universidad Monteávila. Este evento se ideó con el propósito de impulsar el bienestar alimenticio y la realización de actividades físicas creando así un espacio de interacción y disfrute para la comunidad universitaria.

Nosotros como estudiantes próximos a obtener el título de Licenciados en Comunicación Social, queremos recopilar en nuestro Proyecto Final de Carrera, Seminario Fitness 360, los conocimientos adquiridos a través de nuestra participación y trayectoria en la organización desde su inicio.

Este año, la primera edición del Seminario Fitness 360 busca convertirse en una plataforma para impulsar, potenciar y dar a conocer entrenadores y nutricionistas que hoy en día cuentan con una gran cantidad de seguidores gracias a su eficiente trabajo durante los últimos años.

Con este evento buscamos ampliar el alcance de su público de una manera innovadora, incorporando así actividades motivadoras relacionadas con la esencia del seminario. Estas deberán servir de preludio para el día del evento en el que se espera contar con la presentación de distintas figuras reconocidas en este ámbito para ofrecer un espectáculo que supere las expectativas del público asistente y sirva de estimulación para mantener una vida más saludable y alcanzar el bienestar físico y mental.

El manual que se presenta en las páginas siguientes constituye una gran ocasión de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante nuestra formación como Comunicadores Sociales, y a su vez, actúa como un estudio referencial para aquellas personas que estén interesadas en desarrollar y ejecutar cualquier evento que impulse el bienestar de la salud dentro o fuera de la Universidad. Se aspira con esta iniciativa, que futuros profesionales y estudiantes de la Universidad Monteávila se motiven a desarrollar evento que resalten y rescaten los temas de interés siempre impulsando la cultura Venezolana.

Este proyecto final de carrera se divide en tres capítulos donde se resalta el proceso y la organización que se deberían llevar a cabo para la ejecución del Seminario Fitness 360:

- Capítulo I Planteamiento del Problema: Se desarrolla el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación
- Capítulo II Marco Teórico: Se exponen los distintos conceptos que se utilizarán a lo largo del manual para argumentar nuestra explicación.
- Capítulo III Manual de Producción: Describe toda la planificación, organización, cronograma y puesta en escena que debería aplicarse para la ejecución del evento.

2.3 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto final de carrera tiene Objetivo central elaborar el i Seminario Fitness de la Universidad Monteávila. El nacimiento de la tendencia fitness en el país, así como nuestro interés sobre el surgimiento de este estilo de vida y nuestra vinculación con el mismo, nos permite reconocer la importancia de eventos de esta característica dentro de nuestra casa de estudio y la influencia que tiene el conocer bien los temas de la nutrición y del deporte dando un conocimiento verídico a todos los estudiantes de la universidad promoviendo el esparcimiento dentro de la comunidad educativa.

La elaboración del Seminario pretende generar una base para aquellas personas que estén interesadas en el tema de la salud y el bienestar personal contando de la mano de los grandes expertos de la movida fitness en todo el país, la presencia de profesionales en el tema fue nuestro pilar fundamental a la hora de la realización de este.

Utilizaremos nuestros conocimientos adquiridos como Comunicadores Sociales, valiéndonos de las herramientas que hemos aprendido durante el transcurso de nuestra carrera para optimizar la experiencia de un Seminario común, queremos que las personas al asistir a nuestro evento vivan y se nutran de saberes. De esta manera, asumiendo una oportunidad de crecimiento personal y profesional, podemos aprovechar los contactos de las empresas que identifican con nuestra iniciativa, así como también el conocimiento sobre la organización y administración de distintas tareas y retos que se deben asumir para la ejecución del evento. Por lo tanto, la meta del presente proyecto es diseñar, proponer los procedimientos adecuados y ejecutar la I edición del Seminario Fitness 360 de la Universidad Monteávila, generando una guía de producción que lo institucionalice dentro de la propia Universidad

Destacamos que toda la información relativa al evento estará totalmente digitalizada desde el contenido del Seminario hasta los reconocimientos que sean otorgados a los participantes.

Aspiramos que con este proyecto, los futuros comunicadores y estudiantes de nuestra universidad adopten y produzcan las siguientes ediciones del Seminario ya que el Fitness, según estudios realizados por investigadores de la Universidad de Umea (Suecia) contribuye a mejorar la supervivencia de las personas que llevan este estilo de vida, para alcanzar esta conclusión, que ha sido publicada en International Journal of epidemiology. los científicos analizaron durante 29 años a mas de un millón de hombres de 18 años, a los que midieron el tiempo en el que podían pedalear en una bicicleta sin cansarse. Finalmente los hombres que tenían un peso adecuado y aguantaron pedaleando bastante tiempo, tenía un 34 porcino menos de probabilidad de fallecer durante el seguimiento que aquellos que hacían menos ejercicio. Una probabilidad que se redujo hasta el 28 por ciento entre las personas con sobrepeso y hasta el 26 por ciento entre los obesos.

Siguiendo la tendencia hacia la mejora de la salud, el objetivo de Fitness 360 es pasar para la posteridad, buscando resaltar la cultura emergente de este nuevo estilo de vida, reconociendo que los estudios impartidos en nuestro seminario variaran, ya que el Fitness es un cumulo de sistemas, estudios y técnicas rotativos que van mutando a través del tiempo, con el ideal de incentivar el esparcimiento y la recreación de nuestra comunicad educativa.

2.4 MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PFC

La motivación para realizar este proyecto final de carrera nace por la demanda que tienen los temas fitness en la actualidad y el poco estudio que se le ha dado.

“Fitness” es un concepto nuevo, un estilo de vida que no muchos conocen y del cual se tiende a distorsionar su verdadero significado, muchas personas adecuan a su perspectiva la forma de serlo.

Estos temas no pueden ser tomados a la ligera, ya que siendo mal empleado este estilo, las consecuencias pueden ser hasta mortales.

Guiándonos por los estudios realizados internacionalmente, nos encontramos que desde el año 2012 en nuestro país se incrementó en un 60 % las actividades físicas en espacios públicos, según la Asociación Internacional de Clubes Deportivos- por sus siglas en inglés- (IHRSA), quienes en alianza con Mercado Fitness y el apoyo del Instituto Fitness de Brasil lo dieron a conocer en su Primer Informe Latinoamericano de Alcance y Envergadura de Gimnasios. Esta investigación revela que la industria del fitness en América Latina factura anualmente alrededor de 5.600 millones de dólares, encabezando la lista Brasil (2.358\$ millones), México (1.479\$ millones) y Argentina (919 millones). En el caso venezolano, este sector genera alrededor de 34\$ millones y cuenta con una infraestructura de 561 centros de entrenamiento.

Hasta el momento este ha sido el único estudio en su tipo y fue realizado como se menciona, en el año 2012, está dirigido a inversores y operadores de la industria del fitness, debido a que aborda temas netamente relacionados con el crecimiento de la industria fitness en América Latina: economía y la salud de la región, impacto del sedentarismo, la epidemia de la obesidad, el franquiciamiento de centros de entrenamiento.

En Venezuela se ha dado un gran auge “la moda fitness”, gracias a las redes sociales se han dado a conocer muchos expertos en la materia, quienes diariamente se dedican a compartir sus consejos, recetas y ejercicios a las que no todo el mundo podía tener alcance hace algunos años, involucrando día a día a mas venezolanos e invitándolos a adentrarse a este tipo de vida.

Esto se puede ver representado el corte aniversario de la aplicación Instagram en donde se encuentra que los venezolanos mas seguidos son dos personas que aplican este estilo de vida, en los que podemos mencionar Sascha Barboza @SaschaFitness con un total de 1.9 millones de seguidores y a la competidora y entrenadora Michelle Lewin con un total de 7.5m de seguidores. **(VER ANEXO U)**

Por ello, junto a los especialistas en la materia en el Seminario que se plantea hacer, seremos una puerta para que los asistentes aprendan todo acerca de la alimentación y las nuevas tendencias del deporte, para así aplicarlos a su vida diaria.

De igual manera, se tiene en cuenta que en la Monteávila el boom Fitness ha calado fuertemente, muchos estudiantes se interesan en los temas y en mantenerse en forma por ello nuestro target va dirigido directamente a jóvenes universitarios.

2.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Seminario Fitness 360 es un Proyecto Final de Carrera (PFC) que busca motivar a toda la población universitaria a implementar distintas formas de nutrición y ejercicio de la mano de los especialistas para así lograr llevar a cabo un estilo de vida más saludable.

De acuerdo a varios estudios analizados se comprobó que existen muchos entrenadores personales que trabajan de forma autónoma, lo cual es negativo ya que al momento de realizar actividad física, las personas deben estar capacitadas por un médico y de esta manera saber analizar los controles de tensión arterial, niveles de glucosa y controles periódicos de colesterol además de los niveles de peso e índice de masa corporal propios de cada individuo.

El problema principal que despierta la ejecución de este PFC, es abarcar todas aquellas inquietudes presentadas por el público universitario el cual en los últimos años ha presentado gran interés en realizar ejercicio y mantener una correcta alimentación. La mayoría de las personas se influyen por medio de aquellos que se hacen llamar entrenadores, quienes simplemente basan su trabajo en lo superficial sin profundizar en la importancia de las pruebas de salud. De esta manera, es importante considerar e informar a toda la población universitaria como tomar el control de su salud y con ello, abandonar hábitos perjudiciales e implementar en su día a día una correcta alimentación.

La desinformación por parte de las personas acerca de la correcta aplicación de dietas y ejercicios nos ha llevado a crear un espacio donde todas estas dudas sean aclaradas, para que de esta manera la nutrición y el ejercicio que se realice en un momento determinado sea correcto y no traiga consecuencias negativas en un futuro.

2.6 OBJETIVOS

2.6.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el manual de producción del Seminario Fitness 360 y llevarlo a cabo dentro de las instalaciones de la Universidad Monteávila en Marzo del 2016

2.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Organizar y administrar cronograma, esquema y áreas de producción para la ejecución del evento

- Identificar las características relevantes e innovadoras de la I edición del Seminario Fitness 360 en búsqueda de generar conexión con el público

- Diseñar un plan estratégico de comunicaciones acorde a las necesidades de la producción y de la audiencia aspirada

- Contribuir a la promoción en la universidad, como una alternativa enriquecedora para desplegar y desarrollar los estudios de re grado de aquellos que están próximos a adentrarse en la vida universitaria

2.7 TIPO DE PROYECTO

Aplicando la modalidad de evento, haremos del I Seminario Fitness 360, un proyecto en donde la Universidad Monteávila será la protagonista del mismo. Realizar un seminario, implica el contacto de distintos expertos relacionados con el tema que se va a tratar, una cierta cantidad de horas para que la modalidad de seminario sea cumplida y la entrega de la certificación correspondiente a los asistentes, corroborando la participación en el evento.

MARCO TEÓRICO

3.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTO O SERVICIO

Es un conglomerado de características y factores tangibles, como por ejemplo color, forma o tamaño y también atributos intangibles como una marca, la imagen de una empresa o un servicio que el comprador acepta, como algo que va a satisfacer sus necesidades como consumidor. Actualmente, la tendencia es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, lo que consigue mayor penetración en el mercado. No es solo los beneficios que te ofrece, sino la experiencia que se vive a través del uso del mismo y todo lo que lo rodea.

Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera ofrece al comprador las distintas posibilidades para su utilización. Es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia, mejor conocida como la cuatro P (Precio, Producto, Plaza y Promoción) porque representa el ofrecimiento de toda compañía a su público meta, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos, y de esa manera lograr también los objetivos de la empresa u organización.

Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que las personas conozcan la propuesta del mismo. Cuando éste alcanza el éxito, experimenta una fase de crecimiento. Después llega la etapa de madurez y, finalmente, la decadencia. No necesariamente la última fase sucede, hay marcas que han mantenido sus productos en los más altos estándares de ventas, manteniéndose por siempre en la madurez.

3.2 CONSUMIDOR

Es un concepto muy amplio en nuestro idioma, sin embargo en este trabajo tomaremos su definición en el ámbito de la economía y mercadotecnia. Es aquel individuo que se beneficia de los servicios prestados por una compañía o adquiere

los productos de esta a través de distintas formas de pagos y bienes disponibles en la sociedad.

Cada vez son más quienes sostienen, que el consumidor es irracional ya que compra más de lo que necesita. La presión que ejerce la publicidad y los diversos mecanismos sociales hace que las personas terminen deseando y adquiriendo productos o servicios innecesarios. Al adoptar esta conducta la gestión del dinero tiende a ser irracional.

3.3 MERCADEO

De acuerdo con la American Marketing Association, "mercadeo es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de productos para crear intercambios que satisfacen los objetivos individuales y de la organización".

Profundamente se define como la función dentro de la empresa que tiene como rol identificar tanto necesidades como deseos de consumidores y/o clientes, determinar mercados , diseñar productos y servicios que generen cadenas de valor hacia estos consumidores y clientes, mediante una relación sostenible y duradera, que le aseguren rentabilidad a la empresa.

Los conocimientos de Mercadeo son fundamentales para cualquier emprendedor, administrador o gerente que se relacione con el proceso de funcionamiento de una empresa y que aspire a desempeñarse exitosamente en un ambiente de negocio como el actual, globalizado, con consumidores y/o clientes exigentes, muy bien informados y con un nivel alto de competencia.

3.4 DOFA/FADO

El análisis DOFA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Esos factores se convierten en amenazas u

oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas del evento.

Este análisis, permite, igualmente, hacer una investigación de los factores internos, es decir, de las fortalezas y debilidades de la institución. Combinando los factores externos (amenazas y oportunidades) y los factores internos (fortalezas y debilidades) se pueden precisar las condiciones en las cuales se encuentra la institución con relación a determinados objetivos, metas o retos que se haya planteado dicha organización.

Se realiza mediante la elaboración de una matriz de doble entrada: en el eje de las ordenadas se ubica el componente externo de la institución (amenazas y oportunidades) y en el eje de las abscisas se ubica el componente interno (debilidades y fortalezas). Identificados estos elementos externos e internos, luego de un análisis de confiabilidad, se pueden establecer unas líneas gruesas de carácter estratégico para la institución.

El análisis DOFA, permite entender mejor cuales son los factores internos o endógenos y los externos o exógenos, que influyen favorable o desfavorablemente en el desempeño de la organización pública y que condicionan la posibilidad de realizar la misión, visión objetivos estratégicos y las metas de dicha institución.

3.5 EVENTO

Es un acto que sirve a una empresa o un grupo de personas para la presentación y potenciación de un determinado producto/servicio. También funciona como vía para el acercamiento directo del público a un proyecto determinado, lo que facilita los objetivos de fidelización frente a la competencia en el mercado al que se va a dirigir.

Un evento ha de ser planificado, programado y previsto con antelación a su fecha de ejecución. Para llevarse a cabo de manera exitosa deben cumplirse ciertos requisitos. Como por ejemplo el ordenamiento y manejo eficiente de las relaciones,

negociaciones, contacto con los proveedores y los prestadores de servicios en conjunto con los profesionales que participarán en el mismo.

La conformación de un evento divide en tres etapas: investigación, planificación y producción. Sin ninguno de estos factores trabajados en fondo y forma, no se podrá ejecutar un evento de manera correcta.

Además de los factores expuestos en el párrafo anterior, un evento debe ir acompañado de una finalidad que genere empatía a través de un mensaje concreto hacia el público al que se aspira llegar. La clave del éxito será generar empatía con las audiencias a través de la información que será transmitida en el evento. De esta forma se configurará una relación con el público, atacando sus gustos e intereses.

3.6 FITNESS

El término proviene del inglés y estrictamente significa bienestar. Actualmente, su concepto más concreto es llegar a ese estado de tranquilidad principalmente a partir del desarrollo de una actividad física, que tiene como objetivo fortalecer el cuerpo, limitar la proporción de grasa consumida y permitir el consumo de calorías o energía necesarias.

Hay que destacar que el fitness no solo genera que nos sintamos mejor solo físicamente, sino que también ayuda en el aspecto psicológico. Se debe llevar un estilo de vida con alimentación sana y rutinas de ejercicios como mínimo de tres veces por semana.

Como es una palabra no originaria del español, suelen haber distintas concepciones de la misma y de cierta forma se pueden generar confusiones.

correcto en la vida real. Este tipo de cuerpo consta de las siguientes características:

1. Resistencia cardiovascular y respiratoria: capacidad de obtener, procesar y expirar oxígeno de manera continua.

2. Resistencia muscular: proceso mediante el cual el cuerpo procesa, almacena y utiliza energía por parte de los músculos a través de múltiples contracciones
3. Flexibilidad: habilidad de maximizar el rango de movimiento de las articulaciones.
4. Velocidad: capacidad de minimizar el tiempo requerido para realizar un movimiento con varias repeticiones.
5. Equilibrio: control del centro de gravedad en relación a la base de soporte.
6. Precisión: dominio del movimiento en una determinada dirección o intensidad

3.7 EJERCICIO FÍSICO

Actividad que se realiza en momentos de ocio o tiempo libre. Implica la ejecución de movimientos corporales planificados y diseñados específicamente para estar en forma física y de gozar de buena salud.

Ayuda a prevenir o retrasar enfermedades tales como la diabetes, algunos tipos de cáncer y problemas cardíacos. Vale recalcar que esto sucede solo si se lleva un estilo de vida activo, con una dieta balanceada y estabilidad emocional.

El ejercicio aumenta la fuerza, aporta energía al organismo y ayuda a reducir la ansiedad y la tensión. Ayuda a cambiar de buena manera el rumbo del apetito y quemar calorías. La persona debe estar consciente de sus límites y capacidades a la hora de elegir que ejercicio va a realizar.

El baile, los deportes, la gimnasia y la educación física son ejemplos básicos de ejercicios físicos. Actualmente, existen una gran cantidad modalidades que cumplen con las características de movimiento, orden y fin de los ejercicios físicos.

Influye de forma positiva en el desarrollo intelectual y emocional de los niños y adolescentes, permitiendo incrementar la capacidad de ser creativos, controlar sus problemas, aumentar el autoestima, la socialización, entre otros. Por ello, es de carácter obligatorio que en todas las escuelas se fomente la educación física en todos los niveles académicos.

3.8 ENTRENAMIENTO

A diferencia del ejercicio, el entrenamiento físico es la capacidad de medir cambios en el cuerpo humano por medio de rutinas con un tiempo y resistencia específicas. Busca un efecto que sea medible y a la vez observable.

También se trata de un proceso pedagógico especializado, orientado a educar y desarrollar las cualidades motrices, asimilar y perfeccionar los hábitos técnicos y tácticos, movilizandando las reservas psíquicas y funcionales del individuo, basándose en el empleo de distintos ejercicios o acciones motrices con el objeto de adaptar al organismo hacia esfuerzos extremos y alcanzar los más altos resultados técnicos – deportivos en el tipo de disciplina elegida.

Para que el entrenamiento se haga de manera positiva se deben cumplir con dos principios que se ramifican en varios sub-principios: biológicos y pedagógicos.

Todo programa de entrenamiento deberá atender a una serie de elementos: Nutrición, prácticas defatigantes, procesos formativos y de aprendizaje de técnicas deportivas concretas.

3.8.1 BOOTCAMP

Se caracteriza en la búsqueda de quema de calorías a través de ejercicios de tipo militar. Es la mezcla de varios ejercicios básicos en conjunto que en consecuencia hacen que el individuo adquiera fuerza, coordinación y resistencia tanto física como psicológicas.

Uno de los factores beneficiarios de este tipo de entrenamiento es que alienta a las personas que no logran poder hacer ejercicio en un gimnasio, en el que hay máquinas y todo es tan guiado. Los bootcamps son más activos, y promueven además del bienestar del cuerpo, el de la persona en sí. Por ejemplo, hay muchas actividades grupales, lo que estimula la comunicación directa entre las personas que buscan la misma meta.

Además de todos los movimientos y el beneplácito que genera hacer bootcamp, también el elemento musical tiene gran importancia. A través de

melodías rítmicas, nuestros cuerpos deben guiarse por la misma para llevar a cabo las rutinas.

Este entrenamiento se basa en hacer muchas series, trabajando distintas partes del cuerpo, con pocos descansos. Como se queman muchas calorías durante una sesión de una hora, quien va a comenzar a incurrir en esta disciplina debe consultar previamente a su médico por alguna dificultad motora, del corazón o respiratoria.

3.8.2 CROSSFIT

Es un programa de fuerza y acondicionamiento diseñado para mejorar todos los aspectos físicos de la persona. No sólo se caracteriza por la utilización de pesas, también se hacen ejercicios cardiovasculares como correr, remo, flexiones, saltos de todo tipo, entre otras. Las palabras que mejor definen este tipo de entrenamiento son "Movimientos funcionales constantemente variados ejecutados en alta intensidad".

El creador de esta disciplina, Greg Glassman, observó que previamente no había un acondicionamiento general que preparara productivamente a personas con labores como de bombero y policías.

Dentro de la parte mental, el crossfit ayuda a aumentar el sentimiento de motivación, la competición contra uno mismo, contra el reloj, y por supuesto, el orgullo de pertenecer a una comunidad.

3.8.3 ENTRENAMIENTOS DE GIMNASIO

Programados para hacer en un espacio determinado, el cual es cerrado y posee distintas máquinas para ejercitar distintas partes del cuerpo. También se encuentran mancuernas y espacios para realizar otro tipo de actividades como clases de baile, tae-bo, aerobio, entre muchas otras.

Los gimnasios deben contar con un sistema de reglas de comportamiento así como también con determinada ambientación para estimular a los practicantes, tales como música, espejos, carteles alegóricos, etc. Cada equipo o grupo de aditamento

tiene destinado un espacio para evitar accidentes. Esta terminantemente prohibido que los menores de edad entren a los gimnasios, debido a que el mal uso de uno de los equipos puede causar daños en sus cuerpos, que están en pleno desarrollo.

Dicho entrenamiento debe ser máximo de cuatro veces por semana, para que los músculos descansen correctamente. Además, se indica que cada día de rutina se deben ejercitar máximo dos zonas del cuerpo.

3.8.4 ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

integra todos los aspectos del movimiento humano, debido a que se basa sobre todo en el trabajo de la fuerza funcional, la cual es la fuerza que involucra a todo el cuerpo y no a un grupo aislado de músculos.

El entrenamiento funcional surge originalmente de las técnicas utilizadas por los médicos especialistas en rehabilitación de lesiones y cirugías, quienes diseñan ejercicios que imitan las características de los movimientos que el paciente necesita para poder volver a realizar en la cotidianidad.

Hay quienes piensan que el entrenamiento funcional son puras pesas, pelotas, y mancuernas. Pero esta disciplina tiene que ver mas con la persona y su programa de entrenamiento que con la herramienta utilizada por la misma por que realmente se ha visto personas utilizando herramientas funcionales creyendo entrenar “funcionalmente” sin sentido alguno de lo que es un verdadero entrenamiento funcional.

3.9 NUTRICIÓN

La Organización Mundial de la Salud define la nutrición como la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud. Además recalcan que la malnutrición provoca el aumento de enfermedades, reduce la inmunidad y altera el desarrollo físico y mental.

Se plantean cuatro objetivos específicos:

1. Suministrar energía para el mantenimiento de sus funciones y actividades,
2. Aportar materiales para la formación, crecimiento y reparación de las estructuras corporales y para la reproducción.
3. Suministrar las sustancias necesarias para regular los procesos metabólicos, y
4. Reducir el riesgo de algunas enfermedades.

La nutrición es en definitiva una ciencia que contiene todos los procesos mediante el cual el cuerpo asimila, transforma y procesa los nutrientes que el individuo consume. Este proceso ocurre de forma continua y está determinado por la interacción de factores genéticos y ambientales; entre los últimos se destaca la alimentación y factores de tipo físico (clima, altitud, etc.), biológico, psicológico y sociológico.

Se tiende a confundir y malinterpretar las concepciones de los términos nutrición y alimentación. Por ello, el Dr. Cidón Madrigal en su definición establece su diferenciación: "Se entiende por nutrición el conjunto de procesos fisiológicos por los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas en los alimentos; y la alimentación es tan sólo el acto de proporcionar al cuerpo humano los nutrientes necesarios para su desarrollo y bienestar.

ESTRATEGIA

Para el desarrollo de nuestra estrategia vemos oportuno la realización de un análisis estratégico DOFA ya que este nos ayudara a plantearnos las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y eliminar o preparar al proyecto en contra las amenazas, teniendo conciencia de nuestras debilidades y fortalezas.

<p>1- Instalaciones y equipos sin costos en la Universidad</p> <p>2- Estratégias específicas bien ideadas y diseñadas</p> <p>3- Habilidades en web 2.0 y manejo de internet</p> <p>4- Ventajas en costes</p>	<p>1- Contamos con una gran variedad de empresas (Patrocinantes).</p> <p>2- Mercado en crecimiento y con gran demanda.</p> <p>3- Realización de pocos seminarios de este tema.</p> <p>4- Complacencia entre las proyectos rivales (Otros PFC)</p>
<p>1- Rentabilidad inferior a la media</p> <p>2- Falta de experiencia y talento gerencial</p> <p>3- Alto costo del material publicitario</p> <p>4- Costes respecto a los competidores directos (Otros PFC)</p>	<p>1- Alto nivel de conflictividad afecta actividades generales del país.</p> <p>2- Tema relativamente nuevo, lo que genera poco conocimiento acerca de este</p> <p>3- Crecimiento lento del mercado</p> <p>4- Entrada de nuevos competidores (Otros PFC)</p>

Análisis Interno. Fortalezas y Debilidades

1-. Siendo estudiantes, el presupuesto que manejamos no es rentable para realizar un evento debido a sus altos costos, pero la Universidad Monteávila nos presta sus instalaciones de manera gratuita para que podamos desarrollar y realizar nuestros proyectos, al igual que todo el sistema de sonido y cableado. De esta forma, si se puede realizar el evento ya que al no pagar los espacios se facilita y ajusta mucho más a un presupuesto real el cuál nos da un evento con activos positivos y no con pérdidas.

2-. La falta de experiencia y estrategia gerencial puede ser un punto de quiebre, ya que no conocemos bien el ambiente al que nos estamos adentrando. Por ello, junto a nuestro tutor, realizamos estrategias bien ideadas y diseñadas para garantizar el éxito de nuestro proyecto.

3-. El alto costo de los materiales publicitarios nos puede dificultar la promoción y publicidad de nuestro evento, sin ésta el proyecto se encuentra contra las cuerdas. Buscando el éxito del Seminario, nos valdremos de nuestros conocimientos en la web 2.0 para así poder usarla como nuestra principal herramienta de promoción, siendo de alguna manera hasta mas efectivo que los medios convencionales por su inmediatez y el feedback de los interesados.

4-. Al estar en quinto año de la Carrera cursante, varios estudiantes optan por realizar eventos como Proyecto Final de Carrera. Es muy importante lograr una asistencia masiva. Teniendo en cuenta que Fitness 360 es uno de los últimos eventos realizados, el costo de la entrada tendrá un bajo precio y será accesible a todo el público interesado, se pudo realizar de esta manera gracias a que los patrocinantes realizaron contribuciones con el proyecto.

Análisis externo: Amenazas y oportunidades

1-. La crisis del país y la situación cambiante, es un tema realmente presente a la

hora de realizar un evento. La inflación constante hace que los precios varíen constantemente. El presupuesto que se maneja al principio quizás no es el final, y esto se transforma en la principal amenaza, ya que este corre peligro no solo de que se cancele su realización por falta de fondos, sino también en la calidad de productos que sean repartidos durante este. Gracias a nuestros patrocinantes logramos obtener ayuda tanto monetaria como de productos lo que nos dio la oportunidad de poder brindarle lo mejor a nuestros asistentes, dejándonos sorprendentemente un saldo positivo de 80.000 BsF, destinado al sistema de becas de la Universidad Monteávila

2-. El mercado del fitness es relativamente nuevo, esto genera un desconocimiento del tema en algunas ocasiones, las personas tienden a confundirlo con dietas extremas y obsesión por el ejercicio. Pero el desconocimiento de algunos no frena el constante crecimiento de este mercado y la demanda que este provoca.

3-. Cuando un tema entra a la palestra, el crecimiento del mercado suele ser lento al principio, esto provoca que no se realicen las actividades suficientes para atender a ese público cautivo, Fitness 360 es uno de los pocos seminarios fitness avalados internacionalmente que se realizan en la ciudad de Caracas, la poca competencia es una oportunidad de calar con mayor fuerza en el público, mostrándonos como esa ventana de enseñanza que ellos estaban buscando

4-.La entrada al mercado de nuevos competidores atacando a nuestro público cautivo (Estudiantes de la UMA) , que en nuestro caso serían los otros PFC, nos hace tomar una actitud tolerante y de complacencia con ellos generando un ambiente óptimo y seguro para el buen trabajo y éxito de todo.

Para llevar a cabo la producción de el PFC, serán utilizados nuestros conocimientos adquiridos y las herramientas brindadas por la universidad, en conjunto con la tutoría del profesor Rubén Rodríguez.

Después de una larga investigación acerca de los temas que urgen a la población venezolana se tomo la decisión de que estaría enfocado en temas de nutrición, buena alimentación y ejercicio. Fue estimado el target posible a asistir al seminario, el cual estaría enfocado en público universitario. El espacio a realizarse comprenderá el auditorio de la Universidad Monteávila en su máxima capacidad en conjunto la cancha de usos múltiples.

El objetivo de este evento, es de aportar a la sociedad venezolana conocimientos importantes sobre el Fitness y la nutrición, sabiendo que estas tendencias están en pleno auge, y de esta manera incrementar la cultura en dicho tema desde perspectivas distintas.

Como idea principal, se busca brindar al público de la mano de especialistas altamente cualificados, conocimientos y herramientas en el tema, de manera práctica y sencilla, y al mismo tiempo clarificar mitos que hay acerca de la nutrición, dietas y actividades física, de manera que sea un aprendizaje para personas que estén interesadas en mejorar o cambiar su hábitos alimenticios y deportivos, velando siempre por el bienestar de las mismas.

Al tener el espacio determinado, se comenzó la búsqueda de los ponentes para expresar sus conocimientos en el Seminario. Se realizó una base de datos, de ella fueron elegidos tres profesionales expertos en nutrición y dos expertos en actividades físicas: Carlos Lezama, quien hablará sobre los mitos y realidades de la nutrición. Zarahís Guzmán tendrá una presentación sobre el antes, durante y después de la hidratación a la hora de hacer ejercicio. Más adelante, Antonella Baricelli explicará la diferencia entre ser fitness y ser saludable. El prestigioso entrenador, Eleazar Guzmán, presentará una exposición sobre el entrenamientos dentro del gimnasio. Por último, Víctor González hará una sesión de ejercicios al aire libre en la cancha de usos múltiples de la Universidad, la cual incluirá sorpresas para los asistentes.

Al realizar un evento de esta magnitud es necesario contactar a un animador el cual mantenga al público entretenido y sea una experiencia participativa el día del Seminario. Después de realizar varias entrevistas, fue seleccionada la experimentada y elocuente Shia Bertoni, quien cuenta con una vasta experiencia en

los medios de comunicación y se encuentra relacionada con el estilo de vida saludable y de ejercicio.

Una vez preparado las distintas presentaciones, se procedió a buscar a todas aquellas empresas que cumplieran con los requisitos del target del evento para que formaran parte del Proyecto Final de Carrera. Se logró definir a cuatro prestigiosas empresas que confiaron en el producto creado.

Onlyfit estará presente brindando sus famosas cremas untables. Empresas Polar se sumó a este evento en colaboración, principalmente con el Gatorade Sports Science Institute. Ellos nos brindarán la hidratación completa para todo el programa. También nos realizarán el material publicitario el cual será desplegado a lo ancho y largo de la Universidad, serán los encargados de la realización y aprobación de los certificados entregado vía digital, días posteriores al evento. Warapo Bar, confió en nuestras ideas y aportarán sus exquisitos jugos en conjunto con un stand para la exposición de sus productos en venta. Por último, el Banco B.O.D. realizó un aporte monetario, para que el Seminario Fitness 360 fuera una realidad.

Finalizada la elección de los ponentes, y una vez obtenido las negociaciones cerradas con los distintos patrocinantes, se procedió la publicidad del evento. Se colocaron 20 afiches en las distintas instalaciones de la universidad en puntos estratégicos para la captar la atención del estudiantado.

Las redes sociales, también formaron parte de la promoción del Seminario Fitness 360. Se utilizó la red social Instagram, , ya que se caracteriza por la primacía de la imagen sobre la palabra. Colgamos imágenes con frases de motivacionales., promoción de los participantes y los patrocinantes colaboradores en ella. Además, con la ayuda de los ponentes y la animadora, logramos consolidar muchos seguidores y personas interesadas en asistir al evento.

Al momento de vender las entradas, se decidió aplicar dos estrategias, cada una de ellas con sus beneficios respectivos. La primera de ellas sería la clásica, buscar a personas interesadas, exponer el proyecto y realizar el intercambio monetario. La segunda, ha sido a través del correo electrónico. En él, las personas

interesadas puede acceder a mayor cantidad de información y mediante los números de contacto del Comité de Logística y Finanzas, se realiza la venta y entrega de las mismas. Se realizó un registro para poner obtener un control claro acerca de los asistentes y de las entradas vendidas.

Por último, una vez finalizada la venta de entradas, se realizó la división de tareas de registro, refrigerio, sala y cancha de usos múltiples entre cada uno de los organizadores encargándose cada uno de ellos del correcto cumplimiento de las tareas asignadas por parte del personal protocolar, para que de esta manera se obtuviera un mayor control de las mismas.

5.1 CRONOGRAMA

En el siguiente cuadro se representan las diferentes etapas realizadas para el desarrollo del Seminario Fitness 360. **(VER ANEXO D)**

FASE	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA
PRE- EVENTO	a) Fisionomía del evento	Octubre - Noviembre
	b) Distribución de responsabilidades	Diciembre
	c) Presupuesto (patrocinantes y proveedores)	Octubre - Febrero
	d) Identidad	Noviembre
	e) Promoción	Diciembre - Febrero
EVENTO	a) Logística y organización de los aspectos planificados en el pre-evento	Marzo 3, 2016
	b) Aplicación de encuesta a participantes	Marzo 3, 2016
POST-EVENTO	a) Análisis y tabulación de los recursos de medición utilizados para conocer el alcance del evento	Marzo
	b) Finalizar Manual de Evento	Marzo

5.2 PRE – EVENTO

5.2.1 PÚBLICO META

Fitness 360 va dirigido a la comunidad universitaria que se encuentre interesada en ampliar sus conocimientos acerca de la nutrición, buena alimentación y nuevas tendencias del ejercicio, para así aplicarlo a su vida diaria.

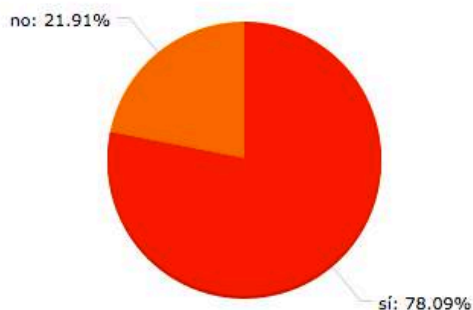
Para poder definir el público objetivo de este Proyecto Final de Carrera se realizaron ciento setenta y ocho (178) encuestas a la comunidad universitaria y al público en general, al fin de investigar sobre el interés de asistir a un evento buscara promover el bienestar personal.

¿Estarías interesado en asistir a un Seminario Fitness? *

Número de participantes: 178

139 (78.1%): sí

39 (21.9%): no



Con una muestra de ciento setenta y ocho participantes se pudo determinar que un 78,1% se encuentra interesado en asistir a este evento.

¿Sabes lo que significa el término "Fitness"?

Número de participantes: 178

174 (97.8%): sí

4 (2.2%): no



Un 97% de los participantes tiene conocimiento acerca del significado del término Fitness

¿Te interesan los temas relacionados con la buena alimentación, nutrición, salud, deporte, ejercicios, rutinas entre otros? *

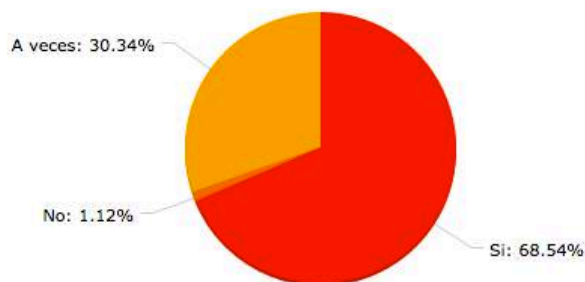
Número de participantes: 178

122 (68.5%): Sí

2 (1.1%): No

54 (30.3%): A veces

- (0.0%): Otro



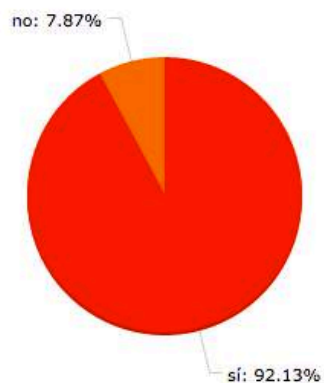
El 68,5% de los participantes posee un interés por los temas relacionados con la nueva alimentación, nutrición, salud, deportes y ejercicios.

¿Estás interesado en mejorar tu nutrición y aprender hábitos alimenticios? *

Número de participantes: 178

164 (92.1%): sí

14 (7.9%): no



El 92,1% de los encuestados están dispuestos a ampliar sus conocimientos en mejorar su nutrición e implementar nuevos hábitos alimenticios.

5.2.2 DÍA, FECHA Y LUGAR DEL EVENTO

La fecha que se estableció para el Seminario Fitness 360 fue el 3 de Marzo de 2016 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila.

Desde un principio se estipuló realizar el evento en salones externos a la Universidad Monteávila pero debido a los altos presupuestos y limitaciones se cambió la locación del mismo.

5.2.3 COMITÉS DE TRABAJO

Para poder ejecutar el Seminario Fitness 360 fue necesario asignar las tareas entre los integrantes del PFC, y crear distintos comités para el desarrollo de las actividades. Entre los distintas comisiones organizados se encuentran los siguientes:

- Coordinación de Finanzas:
 - Distribución de las tareas a cada una de las coordinaciones.

- Orientación y verificación del cumplimiento de las tareas
- Coordinación de Patrocinio
 - Realizar el presupuesto del evento
 - Realizar base de datos de posibles patrocinantes
 - Redactar cartas para patrocinantes
 - Realizar el contacto con los patrocinantes
 - Confirmar patrocinios
- Coordinación de Talentos
 - Realizar base de Datos de posibles ponentes
 - Realizar contacto con los ponentes
 - Redactar carta para ponentes
 - Confirmar ponentes
- Coordinación de Identidad y Comunicaciones
 - Colocar información en las redes sociales (Instagram, Twitter)
 - Desarrollo de Publicidades (posters, pancartas, backing del evento, entre otros)
- Coordinación de Logística y Protocolo
 - Montaje y desmontaje
 - Recepción de Invitados
 - Desarrollo de encuesta
 - Entrega de obsequios
 - Valoración de la eficacia del trabajo realizado por cada comisión
 - Creación del calendario para la realización de las tareas programadas

5.2.4 PARTICIPANTES

5.2.4.1 EXPLICACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DE CADA PARTICIPACIÓN

Carlos Lezama: En su ponencia abarcará el tema de “mitos y realidades sobre la nutrición” con esta participación se buscará aclarar todas aquellas dudas

frecuentes acerca de la alimentación con carbohidratos, cuando deben de ingerirse y cuantas veces debe comer la persona.

Zaharis Guzmán: En su ponencia abarcará el tema de “Hidratación: Antes, durante y después de ejercicio” con esta participación los asistentes romperán con el patrón de lo que se debe o no se debe y a que momento se debe hidratar el cuerpo debido a la composición del mismo. Muchas personas creen que por tomar proteína al finalizar el entrenamiento es correcto o que ingerirla durante el entrenamiento hará que las calorías sean quemadas con mayor velocidad lo cual es erróneo. Con este tema todas esas dudas y errores que normalmente se cometen serán aclarados para que no vuelvan a ocurrir en un futuro.

Antonella Baricelli: En su ponencia abarcará el tema de “Ser Saludable Vs. Ser Fitness”. Para muchas personas estos dos términos significan lo mismo, lo cual es negativo, cada uno de ellos tiene su propio significado y definición, con este tema se busca conocer cual es la diferencia y presentar la correcta aplicación del mismo en la vida cotidiana.

Eleazar Guzmán: En su ponencia abarcará el tema de “Entrenamientos dentro del gimnasio”. Con el desarrollo de este contenido se podrán conocer los distintos ejercicios a realizarse dentro de un gimnasio y la correcta aplicación del mismo para que el ejercicio sea eficaz en nuestro cuerpo y no ocurran lesiones. Muchas personas cuando llegan a un gimnasio no poseen la información ni el conocimiento necesario para la aplicación de los mismos. Al tener conocimiento acerca de esto, se podrán realizar ejercicios dentro del gimnasio sin la necesidad de un entrenador personal y sin miedo a que ocurra alguna contusión.

Víctor González: En su ponencia abarcará el tema de “Entrenamientos en circuitos”. Con este tema se busca impulsar a todas aquellas personas que no poseen el tiempo necesario para asistir a un gimnasio y lo que necesitan es actividad física diaria para mantenerse en forma y saludable. Con los entrenamientos en circuito se realizan ejercicios básicos durante una cantidad de tiempo determinada para mayor definición y entrenamiento.

5.2.4.2 MODELO DE CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PARTICIPANTES

Esta plantilla fue enviada a los distintos participantes, tanto entrenadores como nutricionistas interesados en apoyar esta iniciativa. Entre ellos estuvieron Carlos Lezama, Antonella Baricelli, Zarahis Guzmán, Eleazar Guzmán, Víctor González y como Host Shia Bertoni. **(VER ANEXO I)**

5.2.4.3 MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PARTICIPANTES

Una vez finalizado el evento, se recomienda llevar a cabo un gesto mínimo de cortesía agradeciéndoles a cada uno de los ponentes por su valiosa participación en el evento, haciendo hincapié en que gran parte del éxito del mismo esta dado gracias a su presencia. De esta manera, se crean lazos para futuras presentaciones. Esta plantilla fue enviada a los ponentes que se presentaron y expusieron los distintos temas abarcados el día del evento **(VER ANEXO J)**

5.2.4.4 BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES

El objetivo principal de nuestro seminario es exponer en manos de los ponentes mas calificados del país los conceptos permitentes, para que la experiencia de los asistentes sea optima por ello para la realización del evento fue necesario contactar a ciertos especialistas en los temas de nutrición y ejercicio.

En las siguientes bases de datos se presentan los posibles participantes y los participantes finales que se contactaron para recibir su apoyo el día del evento **(VER ANEXO G-H)**

5.2.4.5 CURRICULUM DE LOS PARTICIPANTES

En la ejecución del Seminario Fitness 360 se contó con el apoyo de diferentes participantes los cuales brindaron sus conocimientos acerca de los temas de nutrición y ejercicio a lo largo del evento, entre ellos se encuentran los siguientes:

Carlos Lezama

Licenciado en Nutrición y Dietética UCV, Director de Atlas Nutrition C.A. Asesor del Instituto Gatorade de Ciencias del Deporte para Venezuela (GSSI). Profesor de la Escuela de Nutrición y Dietética UCV. Profesor del Postgrado de Nutrición Clínica UCV. Antropometrista ISAK nivel 2. Ex-nutricionista del Caracas Fútbol Club (2012-2014). Conferencista. Asesor nutricional de atletas recreacionales y de alto rendimiento. CrossFitter.

Zarahis Guzmán

Licenciada en Nutrición y Dietética, Universidad Central de Venezuela, Antropometrista ISAK Nivel 1, Curso de Nutrición aplicada al Deporte en GSE-Avalado por ISSN & American College of Sport Medicine. Argentina. Nutricionista del Equipo Deportivo La Guaira – Futbol Profesional, Coordinadora Proyecto Familia Activa- Empresas POLAR, Nutricionista y Líder de Proyectos en Grupo Bienfit, Nutricionista Centro Médico Buenaventura – Guatire, Conferencista GSSI-Venezuela, Futbolista de Corazón y Runner en formación.

Eleazar Guzmán

Profesional del acondicionamiento físico, con 24 años de experiencia en la industria del Fitness, pionero del Entrenamiento Funcional y Spinning en Venezuela. Certificado en Entrenamiento Funcional por IHP y FTS, Spinning por Mad Dog Athletics, Inc) TRX, Fitness Anywhere, Inc y RIP, Fitness Coach. Personal Training de reconocidas figuras del medio artístico, de la belleza y el modelaje.

Víctor González

Conferencista Internacional. Especialista en gestión deportiva. Entrenador de Entrenadores DNV. Creador del Sistema de Entrenamiento en Circuito 3.0. Atleta de la selección nacional atletismo Máster. Vzla. Subcampeón Juegos Mundiales Máster Italia 2013 / Campeón Sudamericano Máster, Perú 2012. Campeón Nacional (2011, 2012,2013). Especialista en Prevención y Control de Riesgos. Instructor Estratégico de la Organización Mundial SWAT.

Antonella Baricelli

Lic. Administración, Mención Mercadeo. Crossfit trainer (CL2), Crossfit trainer (CL 1). Gymnastics CrossFit Trainer. Reebok Asset. Garmin de Venezuela Asset. Funtional Trainer. Science 3.0 (Comité Olímpico Venezolano). XXI Curso Internacional de Ciencias del deporte, Ciencia y Practica del Fútbol, Organizado por Gatorade Venezuela. Conferencista. Animadora “Zona Fitness 2015”, Curso organizado por Hipereventos y Gatorade Sport Science Institute. Oradora de la ponencia “Ser Saludable Vs. Fitness” realizado en el foro “Funcionales 3.0 organizada por Gatorade Venezuela e hipereventos. Corredora y animadora de la carrera de Obstáculos LEON RACE 2015. Corredora de la primera carrera de Obstáculos mas grande de Venezuela: Athlos Cross PLC 2014. Taller Meditación en Movimiento con Mariangel Romero. Maratón de New York 2009. Teacher Trainer Rocket Yoga ccon Daive Kyle. Private Training con el Master Trainer Steve Cotter IKFF. Kettlebell Seminar Workshop IKKFF con Steve Cotter.

5.2.5 PATROCINIO Y PROVEEDORES

5.2.5.1 EXPLICACIÓN DEL TIPO DE PATROCINIO CONSEGUIDO

La experiencia de las empresas patrocinantes del evento siempre se verá beneficiada mediante la exposición de su marca dentro de diferentes rangos resultantes de la negociación de patrocinio proporcionales al aporte brindado. Este aporte se puede materializar de las siguientes manera:

- Patrocinio monetario: Donde las empresas ofrecen cierta cantidad de dinero a cambio de los beneficios de exposición durante la campaña promocional y la ejecución del evento. El Banco Occidental de Descuento (B.O.D) colaboró con fondos monetarios, para la realización y producción del Seminario Fitness 360
- Patrocinio en productos o servicios: Donde las empresas buscan cooperar con la producción del evento a cambio de la presencia de su marca facilitando algún producto necesario de manera que pueda ser dispuesto de manera conveniente, ya sea mediante la venta del producto, rifa o refrigerio. Contamos con la colaboración de dos empresas especializadas en la elaboración de productos saludables y

naturales, OnlyFit nos proporcionó 100 cremas untables para el refrigerio. WarapoBar nos proporcionó los jugos naturales en base a frutas y vegetales. Por otro lado, en cuanto a Pepsi Co, nos aportó la hidratación durante el evento en lo que respecta a Gatorade y agua, en conjunto con el diseño e impresión de los afiches del evento y la entrega de 50 squeezers a los participantes de la actividad física.

5.2.5.2 MODELO DE CARTA DE PATROCINIO

Las negociaciones de patrocinio se inician con el envío de una carta de solicitud que contempla los antecedentes del evento a manera de presentación para generar el contexto adecuado en el cual se desarrolla el Seminario. Seguidamente se observan los beneficios que representa el evento para la empresa. Esta carta funciona como guía estructurada para guiar las negociaciones de patrocinio en base a los requerimientos del mismo.

Sin embargo, la negociación de patrocinio fluirá positivamente si esta carta busca complementarse con una reunión explicativa, donde se expone a la empresa detalladamente los beneficios que conlleva su participación con el apoyo brindado, ya sea mediante soporte monetario o en especies. **(VER ANEXO L)**

5.2.5.3 MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PATROCINANTES

Una vez finalizado el evento, se recomienda llevar a cabo un gesto mínimo de cortesía agradeciéndoles a cada uno de los patrocinantes por su gran colaboración para que el evento se llevara a cabo, haciendo énfasis en que sin su aporte y sin los esfuerzos realizados por cada una de las personas involucradas, el evento no hubiera tenido éxito, y con su apoyo superaron nuestras expectativas en cuanto a la realización del evento.

Esta carta es una guía estructurada individualmente para cada uno de los patrocinantes que colaboraron con sus productos y con fondos monetarios el día del evento. **(VER ANEXO K)**

5.2.5.4 BASE DE DATOS DE PATROCINANTES

Las negociaciones de patrocinio deben de estar orientadas hacia empresas y marcas que manejen su estrategia promocional en base al target y al objetivo del evento, que cuenten con la filosofía que se busca con el Seminario Fitness 360.

En las siguientes bases de datos se presentan los posibles patrocinantes y los patrocinantes finales contactados. **(VER ANEXO M-N)**

5.2.5.5 PATROCINANTES FINALES Y CIERRE DE NEGOCIACIONES

En el seminario Fitness 360 se contará con la presencia de 3 patrocinantes los cuales plantearon negociaciones con combinación de los distintos puntos planteados en la carta de solicitud.

Es importante que estos términos sean concretados en unos acuerdos de negociación que deben servir como un contrato de contraprestación de servicios y beneficio para cada una de sus partes. Estos compromisos deben ser firmados antes de la fecha del evento para que de esta forma los patrocinantes y la producción cumplan con lo ahí especificado. Los acuerdos de negociación se encuentran dentro del siguiente anexo **(VER ANEXO Ñ)**

5.2.6 LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN

5.2.6.1 REFRIGERIOS

Durante la ejecución del Seminario Fitness 360, serán necesarios una gama de aperitivos para satisfacer las necesidades de los asistentes y ponentes. Para ello se cuenta con el apoyo de marcas tales como OnlyFit, WarapoBar y Gatorade, quienes suministrarán cremas untables, jugos naturales, Gatorade y agua a los presentes el día del evento.

Es necesario otorgarle un refrigerio completo equivalente a la merienda de media mañana tomando en cuenta que después de finalizado el seminario los asistentes realizarán una actividad física que implica tener fuerza para poder finalizarla sin ninguna dificultad.

5.2.6.2 PROTOCOLO

Para realizar este evento, se organizó un grupo de protocolo para delegar las distintas tareas. Se ocuparán de registrar a los asistentes, de ubicarlos dentro del auditorio y corroborar que posean su entrada al momento de ingresar al mismo, al momento de realizar la actividad física, serán los encargados de guiar a los asistentes a la cancha de usos múltiples para la realización de la misma al igual que retirar las entradas antes de ingresar a la cancha para verificar que ninguna persona que no haya adquirido la entrada ingrese a ella. Por otro lado, un equipo de logística se encargará de facilitar y entregar los refrigerios a los asistentes al igual que controlar el tiempo en las ponencias de los participantes.

Los directores generales del Seminario Fitness 360 se encargarán de verificar que todas las actividades se lleven a cabo bajo ningún inconveniente y supervisar al equipo de protocolo para realicen las tareas asignadas.

5.2.6.3 ENTRADAS

Con el Seminario Fitness 360 buscamos crecer en popularidad contando siempre con el público al cual tenemos preferencia como lo son los estudiantes de la Universidad Monteávila.

Con la venta de las 100 entradas al precio cotizado, buscamos cubrir los gastos realizados durante la organización del evento para que de esta forma no hayan pérdidas ni números negativos. ç

La logística de venta de entradas se llevará a cabo dentro de la Universidad, los estudiantes podrán adquirirlas en las instalaciones de la misma mediante el comité organizador del evento, el cual se encargará de realizar la promoción necesaria para la venta de las mismas.

La promoción será realizada igualmente por medio de las redes sociales, donde los organizadores sean contactados por vía telefónica o vía e-mail para la adquisición de las mismas. **(ANEXO F)**

5.2.6.4 DECORACIÓN

La decoración que será colocada el día del evento será impartida por parte de Gatorade, quien colocará banners y pendones de la marca en el auditorio. Contamos con telas elásticas de los colores azul marino y blanco, las cuales servirán de decoración en el interior del auditorio en conjunto con la marca Gatorade. En el exterior donde se realizará el refrigerio se estarán exhibiendo dos de nuestros patrocinantes con sus productos (OnlyFit y WarapoBar). En la cancha de usos múltiples se colocaran publicidades de la marca para la atracción de público participante.

5.2.6.5 EQUIPOS AUDIOVISUALES

En el evento se contará con un video-beam y un proyector de pantalla donde se proyectará el logo del evento durante el cambio de ponencia y la presentación de cada ponente al momento de exponer su tema.

Los equipos de sonidos serán auspiciados por la Universidad Monteávila, tanto los internos del auditorio como el audio que se utilizará al momento de realizar la actividad física en la cancha.

5.2.6.6 OBSEQUIOS

OnlyFit brindará una cierta cantidad de productos para ser rifados durante el evento. Así mismo se realizarán unas bolsas de obsequio con el logo del evento las cuales contendrán una agenda y unos libros impartidos por la Universidad Monteávila, dos cremas untables de nuestro patrocinante OnlyFit.

5.2.6.7 CERTIFICADOS

Al darle gran importancia a los conocimientos de nuestros asistentes, decidimos que serán entregados certificados de asistencia de forma digital a todos los participantes del mismo, de esta manera se corroborará la participación y adquisición de conocimientos por medio de las actividades realizadas. Esta

certificación será avalada por el Instituto De Nutrición y Ciencias del Deporte de Gatorade. **(ANEXO X)**

5.2.7 PROGRAMA DEL EVENTO

7:00 am - 8:00 am:	Registro
8:00 am - 8:10 am:	Presentación por Shia Bertoni
8:10 am - 8:55 am:	Eleazar Guzmán: “Entrenamientos dentro del Gimnasio”
8:55 am - 9:00 am:	Cambio de Ponencia
9:00 am - 9:45 am	Montaje del refrigerio
9:00 am - 9:45 am:	Zarahis Guzmán: “Hidratación: Antes, Durante y después de la actividad física”
9:50 am - 10:20 am:	RECESO
10:20 am - 10:30 am:	Ingreso al auditorio
10:30 am - 11:15 am:	Antonella Baricelli: “Ser Saludable Vs. Ser Fitness”
10:30 am - 11:15 am:	Cambio de los puntos de hidratación a la cancha
11:15 am - 11:20 am:	Cambio de Ponencia
11:15 p.m.	Montaje del sonido externo en cancha
11:20 am - 12:05 pm:	Lic. Carlos Lezama: “Nutrición: Mitos y verdades”
12:05 pm - 12:30 pm:	Cambio de Ponencia y subida a la cancha de usos múltiples
12:30 pm - 1:30 pm :	Víctor González: “Entrenamiento en circuitos”

5.2.8 IDENTIDAD GRÁFICA

El logotipo utilizado para la realización del Seminario Fitness 360, fue diseñado para la captación del público debido a su forma, significado y sus colores, buscando así captar y sobresalir en la atención de público.

“Fitness 360”, nace de la idea de darle al seminario una vista de 360 grados acerca de todos los temas relacionados con la nutrición y el ejercicio, incluyendo en esto todos los tipos de entrenamiento que se encuentran en crecimiento hoy en día.

Para la I edición del Seminario Fitness 360, se decidió aplicar la teoría Gestalt para el diseño de su logotipo, como sabemos, el fin es en general dejar

espacio de creatividad para que cada uno lo adapte a su vida según es, en nuestro logro el seis (6) y el cero (0) no cierran como tradicionalmente lo hacen, en la Gestalt se explica que aunque los números no están totalmente terminados se entiende que es un 6 o un 0, ya que si nos guiamos por la premisa de esta teoría "El todo es mas que la suma de sus partes, ya que tu percepción lo completa, todos los conocimientos adquiridos nos ayudan a descifrar y entender el logro. Lo que quisimos transmitir con este diseño es que el fitness tiene suficiente como para que cada individuo lo adapte a si mismo.

Explicando un poco más acerca de la técnica Gestalt que se utilizó a la hora de la realización del logo nos encontramos que la importancia de nuestra capacidad para ver el 6 y el 0 en el diseño, nace de nuestra conducta como seres humanos, ya que organizamos los fragmentos que nos rodean en un "todo". Esto es parte de nuestra naturaleza. El tratamiento holístico de los principios de organización en que se funda el proceso de nuestro vivir se llama estructuralismo. Si pensamos en forma holística, sabemos que en cualquier todo que examinemos, esta ligado al resto del universo multiforme.

Por otro lado siguiendo el diseño del logo, nos encontramos con un 8 invertido, símbolo de infinito, ya que el fitness es una teoría nueva, que va mutando y cambiando cada día, por eso le atribuimos el simbolismo infinito, lo que hoy se aprende puede cambiar mañana. Los colores selectos fueron una diferente gama de azules, ¿ Por que el azul? El color azul simboliza todos los sentimientos que van más allá de la simple pasión y que permanecen en el tiempo, por eso fue asociado con nuestra idea, el fitness no es una moda de un día, es un estilo de vida que perdura a través del tiempo, por lo mismo que acabamos de explicar, el azul también es símbolo de la fidelidad, la fidelidad con tu cuerpo y con tu salud, esta es la filosofía que quiere transmitir Fitness 360 **(VER ANEXO A)**

5.2.9 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

5.2.9.1 PLAN DE MEDIOS Y ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Tomando en cuenta el target al cual se dirige el evento, se desarrolló un plan de medios enfocado principalmente en la promoción y propagación del evento dentro del público de forma atractiva para de esta manera captar la atención y llamar la asistencia del mismo. Se buscará destacar los objetivos del evento provocando de esta manera un estímulo que reaccione en el público de manera inmediata en relación a las expectativas del mismo. Este asunto se encuentra totalmente ligado al estudiantado de la Universidad Monteávila ya que el target del evento va directamente a la población universitaria.

Como estrategia promocional se deben establecer conversaciones, entrevistas y publicaciones en medios masivos y alternativos, manera que se abarque la mayoría del espacio dentro de las semanas determinadas en el cronograma de actividades para la promoción. Como primer paso se debe elaborar una nota de prensa para difundir el evento dentro de los medios de comunicación. Las redes sociales comenzarán con una “campaña de intriga” donde poco a poco se irá suministrando información acerca del seminario. Una vez finalizada la campaña de intriga semanas antes del evento comenzará a ser publicada información completa del mismo la cual aparte de ser publicadas en redes sociales, las entrevistas con los medios colaborarán con este punto. **(VER ANEXO S)**

La producción sugiere incluir dentro de la estrategia comunicacional y promocional entrevistas en medios correspondientes al target del evento. Deberá llevarse a cabo una Gira de Medios programada con anticipación por el equipo de prensa y organizadores del evento. Por medio de esta estrategia se tendrá la oportunidad de difundir todo lo relacionado al evento directamente al público target interesado en el evento.

Basándose en lo mencionado anteriormente, ha de estructurarse un plan de actividades comunicacionales que debe seguir los siguientes parámetros para ser

llevado a cabo durante la cantidad de tiempo determinado en el cronograma de actividades para la promoción del evento:

- Nota de prensa, la cual debe contener toda la información necesaria acerca del evento, en conjunto con la fecha y hora del mismo. Ampliando los ponentes del mismo.
- Pautar entrevista en programa de Radio donde se amplían los detalles del evento.
- Comenzar Gira de Medios, donde se planificarán varias entrevistas de radio. En redes sociales se plantea el impulso de 3 publicaciones de información diarios hasta el día del evento.
- Encuentro con los medios, el cual servirá como rueda de prensa previa al evento para confirmar la información general del evento, haciendo énfasis en la cercanía del mismo para atraer al público cautivo que todavía no adquiere las entradas.

Los medios de comunicación a los cuales se les envía la información son los siguientes: **(VER ANEXO Q)**.

5.2.9.1.1_MEDIOS ALTERNATIVOS

La estrategia comunicacional del evento principalmente se orienta a la utilización de redes sociales, siendo esta la alternativa mas económica y de mayor alcance con respecto al target manejado, además de poseer contacto directo con la audiencia para la aclaratoria y respuesta de dudas, preguntas, inquietudes y contacto.

Para la fecha nuestra cuenta de instagram @s.fitness360 cuenta con 1331 seguidores. Dentro de las redes sociales la información suministrada debe manejarse de la misma manera, con concordancia y correspondencia entre ellas.

Se debe publicar información específica y detallada del evento, revelando poco a poco la fecha, los ponentes que expondrán sus conocimientos. Es recomendable publicar contenido atractivo al público con la promoción de los participantes, difusión de las entrevistas realizadas, mencionar a los patrocinantes con carácter promocional. Debe generarse contenido de manera constante, de igual manera que las redes de los ponentes que se han de presentar deben ser mencionados ya que ayudan a propagar la información del evento con carácter promocional.

5.2.9.1.2 MEDIOS MASIVOS

En relación con los medios masivos las comunicaciones deberán ir enfocadas hacia la radio específicamente. Se deberán pautar entrevistas radiales durante el mes dedicado a la promoción del evento. Se debe mantener una línea en cuanto a las emisoras contactadas para la publicidad del evento. 99.1 FM, TNO Radio, 94.9 y la Mega 107.3 cumplen con los requisitos y parámetros necesarios para realizar las publicidades pertinentes del evento Fitness 360.

5.2.9.2 PIEZAS GRÁFICAS

Se planteo desarrollar piezas gráficas que colaborasen fundamentalmente con la estrategia comunicacional del evento. En primer lugar planteamos una imagen promocional que deberá ser transmitida en la red social principal del evento.

Su objetivo, es generar cierto tipo de intriga a nuestros seguidores y elevar progresivamente los niveles de emoción dentro de nuestro principal publico, el estudiante de la Universidad Monteávila. **(VER ANEXO T)**

Para el desarrollo de las piezas gráficas, específicamente el afiche promocional, se conto con el apoyo de la agencia creativa de Gatorade, esta pieza promocional expuesta ha sido de realizada en conjunto la empresa con los integrantes del grupo organizador de Fitness 360.

Se presenta el afiche promocional del festival, en el cual se puede observar que los elementos básicos del mismo están alineados de la manera adecuada. Se

debe contemplar en el afiche el logo de la Universidad Monteávila ubicado en la parte superior izquierda acompañado del RIF. El logotipo del seminario tiene presencia cara y mayoritaria dentro de los elementos de la composición, acompañado de la modalidad Seminario.

Los ponentes a presentarse están resaltadas de igual manera y con ellos los temas que se abarcaran, ya que con este afiche será llevada a cabo la publicación.

Es de suma importancia la inclusión de los datos como el lugar, el horario, el costo de la entrada y lo que viene incluido con ella. Por ultimo, debido a las negociaciones de patrocinio debe haber un espacio para colocar los logos de las marcas patrocinantes del evento. **(VER ANEXO R)** Igualmente este afiche deberá acompañar la nota de prensa difundida entre los medios de comunicación con el mismo fin.

5.2.10 PRESUPUESTO

Se debe elaborar un presupuesto total del evento tomando como base los costos previos de los materiales utilizados durante la producción del mismo.

En el ultimo año se ha observado un incremento masivo en la economía venezolana, sin embargo al mirar los costos reales planteados en las cotizaciones y presupuestos solicitados a los proveedores, nos damos cuenta que la inflación supera el índice hasta llegar a unos porcentajes altos tales como superar a un 200%. Adicionalmente debemos hacer notar que todos estos precios están impactados por el cambio constante en la cotización del dólar libre ya que la mayoría de las cotizaciones son realizadas en esta moneda.

El número contemplado en el presupuesto servirá como una cifra mínima de gastos a efectuar, se deben obtener estas cotizaciones en relación con el precio estimado en el presupuesto inicial, sin perder la calidad del evento a realizar. **(VER ANEXO Y)**

5.2.10.1 MANEJO DEL PRESUPUESTO

El coordinador de Logística y Finanzas, una vez estructurado el presupuesto real, deberá armar un sistema financiero en cuanto al perfil monetario que se posee y el costo de las entradas al evento en conjunto con la cantidad de entradas vendidas, siendo estos los ingresos fundamentales a considerar.

5.3 EVENTO

La logística y producción del evento inició un día antes con las pruebas de sonido realizadas en el auditorio de la universidad y la colocación de las telas para la decoración en el mismo espacio.

El día del seminario, los organizadores del evento en conjunto con el protocolo designado, finalizaron los arreglos de la sala. En horas de la mañana antes del inicio del evento, fue ubicado el punto de registro frente al auditorio con dos computadoras para que el proceso de inscripción fuese rápido y efectivo.

Para la ubicación del estacionamiento, se colocó un pendón en la parte externa del mismo, de forma que los asistentes no encontraran ningún inconveniente al situarse en el mismo.

A las 8:30 am de la mañana, inició el evento con un discurso de 15 minutos impartido por la animadora Shia Bertoni. En ese momento, se encontraban aproximadamente 75 personas en el auditorio. El registro se encontró abierto hasta las 9:30 am de la mañana, momento en el que los últimos asistentes tomaron sus asientos. La sala llegó a su capacidad máxima: 100 asistentes

La primera ponencia, estuvo a cargo del reconocido entrenador Eleazar Guzmán. Su presentación trató sobre los entrenamientos dentro del gimnasio. Cautivó al público presente realizando actividades dentro del auditorio con la asistencia de tres modelos las cuales mostraban un ejemplo del ejercicio.

Posteriormente, la Licenciada en nutrición y dietética Zarahís Gúzman, realizó su ponencia sobre la importancia de la hidratación e hizo énfasis en el antes, durante y después de la misma a la hora de hacer ejercicios. Después de su presentación, el comité organizador junto a nuestra moderadora Shia Bertoni, hicimos entrega de un cheque simbólico donando el excedente de nuestro proyecto de grado al profesor Faen, Vicerrector Administrativo, al fondo de becas de la Universidad. Luego de la entrega el Vicerrector se dirigió a los asistentes resaltando

la importancia de esta donación ya que la universidad cuenta con un sistema de becas amplio mas no cuenta con los recursos necesarios para cubrirlo.

El grupo de protocolo en conjunto con los organizadores del evento realizaron la instalación y acondicionamiento del área de refrigerio. Fue colocada una estación de bebidas y tentempié para todos los participantes. Se ubicaron dos mesas grandes para colocación de los mismos.

En la primera colocaron dos dispensadoras de jugos que contenían los productos de WarapoBar. En la otra mesa se ubicaron las muestras de las cremas untables realizadas por OnlyFit; Así mismo, se colocaron gelatinas sin azúcar, yogurt y ensalada de frutas. Todas estas envasadas para la comodidad del público.

Gatorade estableció un punto de hidratación con dos termos grandes de aproximadamente 25 litros. Uno de ellos contenía Gatorade, y el otro agua. De igual manera, OnlyFit y WarapoBar también contaron con un espacio para colocar su stand, realizando publicidad, degustaciones y venta de sus productos.

A las 10:15 am, se trasladaron los asistentes e invitados al área del refrigerio realizado en la conocida "Pérgola". Para el disfrute, la merienda estuvo musicalizada con una lista de reproducción previamente realizada. El protocolo colaboró en todos los puntos para que la circulación fuese efectiva.

La extensión del refrigerio fue de 25 minutos. Luego de esto, se retornó al auditorio principal para dar inicio al segundo módulo del seminario con la ponencia de Antonella Baricelli. Su presentación empezó a las 10:45 de la mañana y despejó dudas sobre la diferencia entre ser saludable y ser Fitness.

Para finalizar las ponencias en el auditorio, el Licenciado en Nutrición y Dietética Carlos Lezama, desmintió 10 mitos sobre la nutrición y afirmó cuales eran las verdades sobre los temas. Después de su ponencia, contestó las preguntas de varios asistentes de forma personalizada, creando una relación positiva con el público.

Mientras Carlos Lezama se presentaba en el auditorio, parte del comité organizador se encontraba en la cancha de usos múltiples. Con la ayuda del personal de audio de la Universidad, se instalaron dos cornetas para la actividad final. Además, el representante Gatorade instaló dos vallas publicitarias de la bebida en los alrededores de la cancha. Igualmente, se ubicó una mesa grande para colocar un punto de hidratación, uno de Gatorade de 25 litros y otro de agua de 25 litros.

Al finalizar las actividades en el auditorio, el protocolo se ubicó en puntos estratégicos para dirigir al público hacia la cancha.

A las 12:45 del mediodía inició la última actividad a cargo del atleta olímpico Víctor González, mejor conocido como Comando Víctor. Previo al comienzo del entrenamiento, el deportista ofreció una introducción de lo que sería la clase a realizar. Una vez concluida la misma, compartió anécdotas personales vinculadas con el mundo del ejercicio.

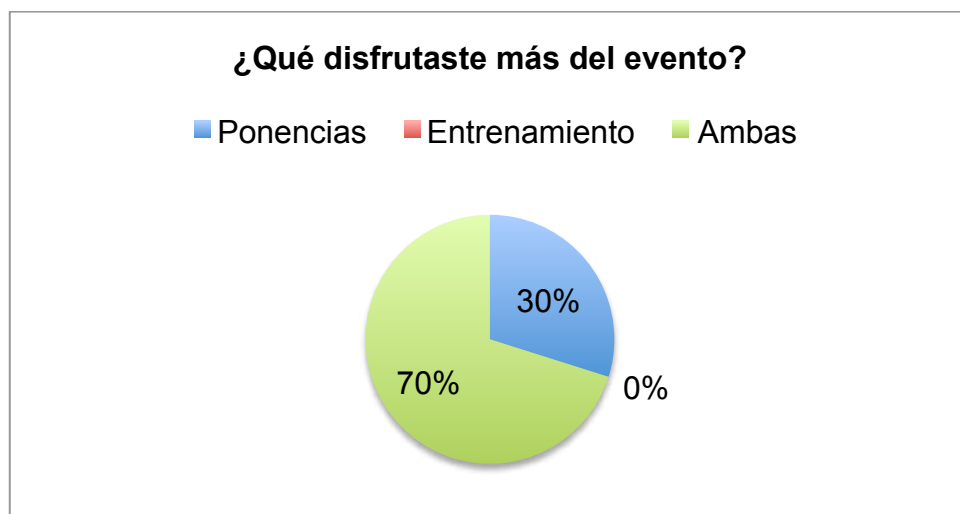
5.4 POST- EVENTO

Al finalizar el Seminario Fitness 360 se comprobó el cumplimiento de todos los objetivos deseados. Por medio de encuestas realizadas se determinó que los asistentes disfrutaron las actividades llevadas a cabo durante el evento (**VER ANEXO W**)

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:



Un 75% (65) de los asistentes del evento calificaron la organización como excelente, seguida de un 23% (20) como buena y un 2% (2) como regular.



Un 70% (61) de los asistentes disfrutó de ambas actividades realizadas, tanto del entrenamiento impartido en la cancha y de las distintas ponencias desarrolladas en el auditorio. Mientras que un 30% (26) disfrutó únicamente las presentaciones.



62% del público obtuvo conocimiento del evento por medio de las redes sociales, un 28% a través de las publicidades colocadas en los pasillos de la Universidad y un 10% por las emisoras de radio.

Los asistentes evaluaron distintos aspectos resaltantes del evento como Excelente y Bueno en lo que respecta a los ponentes elegidos para la realización del seminario, programa del evento y forma en la que se organizó la distribución de horarios del mismo. Los obsequios a los distintos ponentes al finalizar cada una de las presentaciones, material POP entregado a cada uno de los participantes al comenzar el Seminario. y el refrigerio impartido por nuestros patrocinantes.

Uno de los objetivos de este Proyecto Final de Carrera es que, a través de las redes sociales y promoción del evento, se generara un crecimiento en la cuenta de Instagram del Seminario. El resultado de este objetivo fue óptimo, ya que al iniciar el trabajo de comunicación y promoción del mismo se obtuvo un feedback por parte de los ponentes del evento, debido a sus publicaciones tanto en sus cuentas personales como en las propias del evento. **(VER ANEXO S)**

Se comprobó el interés del público en participar en esta iniciativa a través de las interacciones en las redes sociales del Seminario y las encuestas realizadas ya que la mayoría de los asistentes mostraron un gran interés por estos temas impulsando la realización de próximos eventos de esta índole.

Por último, se recibieron críticas positivas del Seminario Fitness 360 por parte de los asistentes y ponentes, vía e-mail y la red social Instagram. **(VER ANEXO V)**

CONCLUSIONES

Tras la culminación y ejecución del Manual para el desarrollo del *I Seminario Fitness 360*, realizado en la Universidad Monteávila, se pudo demostrar que todos los objetivos planteados al inicio del proyecto fueron concluidos con éxito. El evento fascino a toda la comunidad universitaria generando críticas positivas del mismo entre el profesorado y estudiantes.

El desarrollo de las diferentes etapas y actividades del Seminario Fitness 360, nos ha permitido instaurar la manera en la cual habíamos llevado a cabo la producción y organización del evento de una manera mas clara, proyectándonos dentro de un enfoque mas profesional y empresarial, plasmando una metodología clara y efectiva, que dio como resultado el buen desempeño y ejecución de la actividad, superando todas las expectativas que se tenían en un principio.

El resultado final de este proyecto evidencia nuestra capacidad de transformar la experiencia y conocimientos adquiridos en lineamientos y disposiciones concretas, correspondientes a los fundamentos necesarios para la realización de un evento.

La realización de este evento, les presentó al personal de la institución, estudiantes y demás interesados, una visión franca y educativa en relación a la temática planteada por el grupo. Contando con ponentes altamente cualificados y calificados, quienes resaltaron puntos importantes y de la controversia en la actualidad, además de la finalización de este Seminario con una actividad práctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos.

El Seminario Fitness 360 debe perdurar en el tiempo como la actividad de conocimientos saludables y de nutrición más importante de la Universidad Monteávila y para ello se ha trabajado distintos aspectos que mantengan esta posible tradición. La identidad gráfica aliada a su concepto, hace que sea considerado más allá de un evento que ofrece distintos puntos de vista entre actividades físicas y nutritivas en un mismo ambiente. El Seminario Fitness 360 trae

consigo una idea y esta debe ser publicitada y explotada en su mayor expresión para que realmente alcance y llegue a todo el publico interesado

Gracias a nuestro plan de comunicaciones, a través de las redes sociales y radio, se logró realizar una buena gestión publicitaria del evento, llegándole así a nuestro público meta. Esto se evidenció en la contundente asistencia al seminario generando interés para próximas ediciones.

Esta primera edición del Seminario Fitness 360, contó con la participación de personajes importantes e influyentes hoy en día, lo que proporcionó un valor agregado al evento. Motivó a los individuos asistentes al mismo al progreso personal de manera saludable e inducción al mundo fitness, generando ansias en el público para próximas ediciones.

En fin, el Manual de Producción: Seminario Fitness 360, toma en cuenta cada uno de los pasos y etapas a seguir para la optima ejecución del evento buscando dejar en alto el nombre de la Universidad Monteávila entre las distintas casas de estudio de la ciudad, logrando así un mayor sentido de pertenencia del estudiantado aumentando los deseos de aquellos que no están por iniciar sus estudios de pregrado, de unirse y formar parte de este estilo de vida universitaria con ansias a la ejecución y participación de los eventos realizados en la misma.

RECOMENDACIONES

Al momento del desarrollo del evento, se vio como efectivamente es necesario e importante, el uso de un manual que pueda guiar y enunciar los pasos para el proceso que conlleva la elaboración de un evento; Y de esta manera servir como orientación durante todo el proceso, buscando así superar todas las expectativas y poder cumplir con el fin de este.

Por eso consideramos que hay ciertos aspectos que deben ser tomados con suma importancia, para la planificación y evolución de un evento como este, empezando por la elaboración de un cronograma de actividades claro y consiso. Ya que éste será la base para garantizar la buena organización del mismo

Se recomienda tener un medio digital (Página en Facebook o página Web), donde las personas puedan encontrar toda la información necesaria de manera rápida. Esto clarificará todas las dudas que los interesados puedan tener al respecto, y al mismo tiempo poder llevar un conteo exacto de la cantidad de cupos disponibles para el evento.

Dividir las responsabilidades entre cada uno de los integrantes del grupo, permitirá tener un mayor control y organización. En nuestro caso, fue muy importante dividirnos las obligaciones de cada uno previo al evento, cumplir de esta manera las tareas designadas para el buen mantenimiento de un orden y tranquilidad durante el evento.

Coordinar un día antes reunion con el comité de protocolo encargado de prestar su ayuda el día del evento, de esta manera dar a conocer las responsabilidades de cada uno, y establecer grupos de trabajo bajo el mando de los integrante del mismo. En nuestro caso nos poermitió ver con cuantas personas de protocolo contábamos de manera segura, y distribuirlos así en los pequeños grupos de trabajo para cubrir todas las tareas necesarias en el momento del desarrollo del Seminario.

Contar con una buena estrategia de promoción y publicidad permitirá dar a conocer el evento y atraerá a las personas interesadas.

Para finalizar se puede decir que como es un evento realizado en las instalaciones de la Universidad Monteávila, es importante tener una buena comunicación con la coordinación y facultad de la carrera. El Seminario Fitness 360, es un proyecto que busca fomentar la inclusión de todo el personal y alumnado de la universidad en un espacio dedicado a la nutrición y salud de las personas, por eso creemos relevante que esta edición sea la primera de muchas a realizar en nuestra casa de estudios, fortaleciendo así los conocimientos en relación a la temática.

REFERENCIAS

- Anónimo (Octubre de 2013). *Marketing para las nuevas tendencias en el Fitness, Salud y Entrenamiento*. Recuperado el 4 de marzo de 2016, de Diputació de Barcelona:

<http://www.diba.cat/documents/41289/2b948823-1e94-4c15-8c8d-ab40a399bb91>

- Joel Latner (1973) *The Gestalt Therapy Book*. Recuperado el 4 de marzo de 2016:

<http://gestaltnet.net/documentos/fundamentos-de-la-gestalt>

- Ulloa Soto, J.D (Mayo de 2009). *ABC del Mercadeo*. Recuperado el 4 de marzo de 2016:

http://mercadeo.com/archivos/Intro_al_mercadeo_JDU.pdf

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing* (8va. Edición). (P.M Rosas, Ed. & M.G Gay, Trad) Mexico: Pearson Education

- Anónimo (2015), *Nutre tu cuerpo y tu alma*. Recuperado el 5 de marzo de 2016:

<http://www.mailxmail.com/curso-nutre-cuerpo-alma/conceptos-nutricion>

- Musumeci, G.L & Bonnis, A. (2001). *Cómo organizar eventos*. Buenos Aires, Argentina: Valleta Ediciones.

- Sánchez, R.J. (2007). *Eventos, Cómo organizarlos con éxito* (1era edición). (O. Fernádes Real, Ed) Buenos Aires, Argentina: Bibliografía de Voros, S.A.

- Rodríguez, M. (2009). *Diseño y Organización de Eventos y Experiencias Memorables*. Caracas, Venezuela: Manuscrito no publicado.

- Gregory, J.; Lowe, S.; Bates, C. J., Prentice, A., Jackson, L.V., Smithers, G., Wenlock, R., Farron, M., (2008). *National Diet and Nutrition Survey: young people aged 4-18 years*, London, Report of the Diet and Nutrition Survey, Vol.1.

- Janice L. Thomposon, Melinda M. Manore & Linda A. Vaughan (2008). *Nutrición, España*. Ed. Pearson Addison Wesley.
- Madrigal, Cidón (2007). *Los caminos de la Salud*. España. Ed. Madrid.
- Toca Torres, María Eugenia (2007). *El mercadeo y su aplicación en ámbitos no lucrativos*. Recuperado el 5 de marzo de 2016, de Universidad Pontificia Javeriana:
<https://books.google.co.ve/books?id=tBF7Xt-JLFsC&pg=PA5&dq=mercadeo>
- Díaz de Santos (1994). *El plan de negocios*. Recuperado el 5 de marzo de 2016, de Marketing Publishing Center:
<https://books.google.co.ve/books?id=9GnvdQknUeIC&printsec=frontcover&dq=el+plan+de+negocios>
- López de Viñaspre, Pablo. (S/F). *Análisis de evolución del sector fitness*. Recuperado el 5 de marzo de 2016:
<http://wsconconsulting.net>
- Anónimo (2016). Revista: Journal of the American Medical Association (JAMA)
- Mc. Donell, Wayne. (2005) *The FX Bootcamp Guide to Strategic and Tactical Forex Trading*. Recuperado el 5 de marzo de 2016:
<https://books.google.co.ve/books?id=Z7mMILl9Pi4C&printsec=frontcover&dq=bootca>
- Francés, Antonio (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. Recuperado el 5 de marzo de 2016, de Pearson Prentice Hall
- Zambrano Barrios, Adalberto. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas, Venezuela.
- Diéguez, Julio. (2007). *Entrenamiento Funcional en programas de Fitness (Vol. 1)*. Recuperado el 5 de Marzo de 2016:
https://books.google.co.ve/books?id=0l_dAm5cwsoC&printsec=frontcover&dq=entrenamiento+funcional

ANEXO A

LOGOTIPO DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO B

BASE DE DATOS DE COORDINACIONES



Sophia Helena Porta

COORDINACIÓN DE TALENTOS / COORDINACIÓN DE FINANZAS

sophiporta21@gmail.com

0412-2381407

María Fernanda Alemán

COORDINACIÓN DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO

mafernandaaleman@gmail.com

0412-2416703

Gabriel Rodríguez Frías

COORDINACION DE PATROCINIO

gasorod@gmail.com

0424-2548218

Luis Manuel Rodríguez

COORDINACIÓN DE IDENTIDAD Y COMUNICACIONES

لمانuelrd@gmail.com

0414-0270902

ANEXO C

LISTADO DE PROTOCOLO

NOMBRE Y APELLIDO	CORREO ELECTRONICO
Brian de Olival	briandeolivall@gmail.com
Mariana Madriz	marianamadriz96@gmail.com
Gabriel Moreno	gabrielernesto96@gmail.com
Andrés Guzmán	guzmanandres22@gmail.com
José Alejandro Peña	penajosealejandro@gmail.com
Omar Vázquez	-

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO D

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6	
	5	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				F	S
	3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2						
LOGÍSTICA																			
DEFINICIÓN EQUIPO DE PRODUCCIÓN GENERAL	■																		
DEFINICIÓN REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y DE ESTRUCTURA		■	■	■	■														
SOLICITUD PRESUPUESTO PROVEEDORES					■	■	■	■	■										
CIERRE DE COTIZACIONES Y PRESUPUESTOS				■	■				■	■									
ELABORACIÓN PROGRAMA DEL EVENTO									■	■									
COMPRA Y ELABORACIÓN DE MATERIALES DE PRODUCCIÓN									■	■	■			■	■				
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A LAS ENTIDADES UNIVERSITARIAS																■			
PARTICIPANTES																			
DEFINICIÓN DE PONENTES PARTICIPANTES						■	■	■	■										
ENVÍO CARTA DE INVITACIÓN						■	■	■	■										
SEGUIMIENTO PONENTES									■	■				■	■				
ENVÍO CARTA DE AGRADECIMIENTO																■			
PATROCINIOS																			
ACTUALIZACIÓN BASE DE DATOS PATROCINIO		■																	
ENVÍO CARTA DE PATROCINIO A BASE DE DATOS		■	■	■	■														
REUNIONES CON POSIBLES PATROCINANTES			■	■	■	■	■	■	■										
NEGOCIACIONES PATROCINIO									■	■									
CIERRE DE NEGOCIACIONES PATROCINIO									■	■	■	■	■	■					
ENVÍO ACUERDO DE NEGOCIACIÓN											■	■	■	■					
PIEZAS GRÁFICAS																			
DEFINIR PIEZAS NECESARIAS (FLYERS, ENTRADAS, PENDONES)								■											
PRESENTACIÓN PROPUESTAS GRÁFICAS								■											
CORRECCIONES								■											
APROBACIÓN ARTES FINALES									■	■									
SOLICITUD PRESUPUESTO IMPRENTA										■									
PROCESO DE IMPRESIÓN											■	■	■	■					
ENTRADAS																			
VENTA DE ENTRADAS UNIVERSIDAD MONTEÁVILA										■	■	■	■	■	■	■			
IMPUESTOS Y PERMISOLOGÍA																			
COMUNICAR FECHA EVENTO A LA UNIVERSIDAD								■											
SOLICITUD ESPACIOS UNIVERSIDAD (AUDITORIO, CANCHA)										■	■	■	■	■					
ENVÍO SOLICITUD DE PERMISOS										■	■	■	■	■					
CIERRE DE PERMISOLOGÍAS														■	■				
COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN																			
CAMPAÑA DE INTRIGA												■	■						
CONVOCATORIA MEDIOS												■	■	■	■				
GIRA DE MEDIOS												■	■	■	■				
FECHA DEL SEMINARIO												■	■	■	■				
PUBLICACIÓN AFICHE														■	■				
ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES														■	■				
MONTAJE																			
DESAMONTAJE																■			
PRESUPUESTO																			
CIERRE PARCIAL MANEJO DE PRESUPUESTO										■									
CIERRE PRESUPUESTO TOTAL														■	■				
RELACION DE GASTOS E INGRESOS DEL SEMINARIO																■			
CIERRE Y RESULTADOS DEL EVENTO																■			

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO E

PROGRAMA DEL EVENTO

**PROGRAMA DEL EVENTO****PONENCIA****HORA****REGISTRO****7:00 AM - 8:00 AM****COMIENZO DEL EVENTO****8:00 AM.**

APERTURA POR SHIA BERTONI

8:00 AM - 8:10 AM

ELEAZAR GUZMÁN

8:10 AM - 8:55 AM

ZARAHIS GUZMÁN

9:00 AM - 9:45 AM

RECESO**9:50 AM - 10:20 AM**

ANTONELLA BARICELLI

10:30 AM - 11:15 AM

CARLOS LEZAMA

11:20 AM - 12:05 PM

VICTOR GONZÁLEZ

12:30 PM - 1:30 PM

ANEXO F

ENTRADAS DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO G

BASE DE DATOS DE POSIBLES PARTICIPANTES



SEMINARIO FITNESS 360

POSIBLES PARTICIPANTES

NOMBRE	CONTACTO	RED SOCIAL
María Alesia Branz	lalebranz@gmail.com	lalefit
Sascha Barboza	infosascha@alegriacorp.com	saschafitness
Alejandro Gil	ale@estandoenforma.net	aleenforma
Marco López	m13lopez@gmail.com	marcomts
Carlos Lezama	carloslezama@atlasve.com	karloslezama
Victor González	comandovictor3.0@gmail.com	comandovictor
Zarahis Guzmán	zarahisguzman123@gmail.com	zarahisguzman
Gerald Capuzzo	territoriofit@gmail.com	territoriofit
Samar Yorde	mercadeo@soysaludable.com	soysaludable
Andrea Castellanos	info@yourdietmethod.com	youtdietmethod
Antonella Baricelli	info@antonellabaricelli.com	abaricelli
Eleazar Guzmán	www.eleazarguzman.com	eleazarguzman9
Claudia Antonini	estandoenforma.net	cocinaenforma

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO H

BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES FINALES



SEMINARIO FITNESS 360

PARTICIPANTES CONFIRMADOS

NOMBRE	CONTACTO	RED SOCIAL
Carlos Lezama	carloslezama@atlasve.com	karloslezama
Victor González	comandovictor3.0@gmail.com	comandovictor
Zarahis Guzmán	zarahisguzman123@gmail.com	zarahisguzman
Antonella Baricelli	info@antonellabaricelli.com	abaricelli
Eleazar Guzmán	www.eleazarguzman.com	eleazarguzman9

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO I

CARTA DE INVITACIÓN A PARTICIPANTES



Caracas, día de mes de año

Señor

Ponente

Presente

Atención

El **SEMINARIO FITNESS 360** es una iniciativa llevada a cabo por estudiantes de la Universidad Monteávila, el cual en su primera edición formará parte del proyecto final de carrera de cuatro estudiantes de dicha institución con el cual buscan promover la buena alimentación y el ejercicio de la mano de la vida universitaria.

Este evento es creado para dar a conocer la importancia de la nutrición y el entrenamiento dentro de la universidad. De igual manera, con la realización de esta primera edición buscamos trascender en el tiempo y hacer de este evento una tradición universitaria.

Este evento representa una plataforma para que numerosos ponentes profesionales en los temas a tratar, den a conocer su talento frente a un público conformado, en su mayoría, por estudiantes universitarios. De esta manera la presencia y experiencia que usted posee en el evento, es una oportunidad para llegar de forma directa y masiva a este público determinado.

Apreciamos profundamente su talento y le invitamos a formar parte de esta experiencia con la finalidad de impulsar la vida saludable en conjunto con la vida universitaria.

Para finalizar, queremos agradecerle de antemano por su atención e interés. Esperamos poder contar con su prestigiosa presencia.

Puede contactarnos a través de:

Sophia Helena Porta
Productor General S. Fitness 360
0412-230-1407

María Fernanda Alemán
Productor General S. Fitness 360
0412-241-6703



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO J

CARTA DE AGRADECIMIENTO A PARTICIPANTES



Caracas, día de mes de año

Señor

PATROCINANTE

Presente

Atención

Sr. NOMBRE

En esta ocasión nos dirigimos a usted con el simple propósito de agradecer su participación, su buen desempeño y el apoyo brindado para la positiva realización y producción del Seminario Fitness 360. Estamos sumamente satisfechos con respecto a la calidad de los productos brindados, que trajo consigo una desencadenante receptividad y buenos comentarios del público que asistió al evento. Sin duda, participar de esta experiencia con usted ha colaborado enormemente a aumentar el éxito del Seminario Fitness 360.

Quisiéramos crear a partir de esta experiencia un vínculo para mantener contacto y relación con miras a alcanzar el éxito en nuestro Seminario Fitness 360, en futuras actividades deportivas de la Universidad Monteávila

Sin más que agregar, nos despedimos volviendo a agradecerles por su presencia enriquecedora para nuestro evento

Att:

Sophia Helena Porta
Productor General S. Fitness 360
0412-238-1407

María Fernanda Alemán
Productor General S. Fitness 360
0412-241-6703



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO K

MODELO CARTA DE AGRADECIMIENTO PATROCINANTES



Caracas, día de mes de año

Señor

PATROCINANTE

Presente

Atención

Sr. NOMBRE

En esta ocasión nos dirigimos a usted con el simple propósito de agradecer su participación, su buen desempeño y el apoyo brindado para la positiva realización y producción del Seminario Fitness 360. Estamos sumamente satisfechos con respecto a la calidad de los productos brindados, que trajo consigo una desencadenante receptividad y buenos comentarios del público que asistió al evento. Sin duda, participar de esta experiencia con usted ha colaborado enormemente a aumentar el éxito del Seminario Fitness 360.

Quisiéramos crear a partir de esta experiencia un vínculo para mantener contacto y relación con miras a alcanzar el éxito en nuestro Seminario Fitness 360, en futuras actividades deportivas de la Universidad Monteávila

Sin más que agregar, nos despedimos volviendo a agradecerles por su presencia enriquecedora para nuestro evento

Att:

Sophia Helena Porta
Productor General S. Fitness 360
0412-238-1407

María Fernanda Alemán
Productor General S. Fitness 360
0412-241-6703



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO L

MODELO CARTA DE PATROCINIO



Caracas, día de mes de año

Señores

NOMBRE

Presente

Atención

Sr. NOMBRE

Extendemos un cordial saludo en nombre del comité Organizador del Seminario **FITNESS 360** integrado por: María Fernanda Alemán, Sophia Porta, Gabriel Rodriguez y Luis Manuel Rodriguez, estudiantes de quinto año de Comunicación Social de la Universidad Monteavila, con el fin de solicitar el apoyo de su empresa **NOMBRE**

Actualmente, estamos realizando nuestro Proyecto Final de Carrera en el que se desarrollará el Primer Seminario Fitness de nutrición y ejercicio en la Universidad.

El evento previsto a realizarse el día jueves 3 de marzo de 2016 a las 9:00 am en el Auditorio y cancha multiuso de la Universidad Monteávila. Contaremos con la asistencia de 120 personas y la participación de los ponentes invitados los cuales son profesionales destacados en área de Nutricion y Fitness.

Los beneficios que ofrecemos a la marca patrocinante son los siguientes:

- Presencia del logo de la marca en el material publicitario (Campaña promocional, posters, afiches, pancartas, pendones, invitaciones, entradas, entre otros..)

- Aparición de la marca en el material audiovisual que se elaborará durante el evento el cual será publicado en las redes sociales
- Mención como colaborador durante la gira de medios para patrocinar el evento
- Mención de la marca en las redes sociales: Twitter, Instagram y Snapchat durante el evento, dándole reconocimiento por su apoyo en el desarrollo.
- Pase de cortesía para la asistencia del evento.

Esperamos contar con su apoyo en la modalidad que más se ajuste a sus capacidades: Donación de materiales, Donación Monetaria (**100.000,00 BsF.**) o Intercambio

Gracias por considerar nuestra petición.

En la espera de su respuesta

Atentamente,

Comité organizador Seminario Fitness 360

Sophia Porta

0412-2381407

sophiporta21@gmail.com

María Fernanda Alemán

0412-2416703

mafernandaaleman@gmail.com



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO M

BASE DE DATOS POSIBLES PATROCINANTES



SEMINARIO FITNESS 360

POSIBLES PATROCINANTES

EMPRESA	NOMBRE	CONTACTO
ONLY FIT VZLA	ORIANA GUEVARA	0412-2172297 onlyfitvzla@gmail.com
ANANDARAW		info@anandaraw.com
LA MEGA 107.3	KARIMA URDANETA	urdanetak@unionradio.com.ve
MI GURT	ANDRENIE GONZALEZ	andreine.gonzalez@empresas-polar.com
FABER CASTLE VEN.	YILÚ RIVAS	0426-5362797 - yilu.rivas@eurotrading.com.ve
GRUPO SANTILLANA	MA. ELENA URDANETA	0212-2353033 - murdaneta@santillana.com.ve
WARAPO BAR		0212-9591379 warapobar@gmail.com
EDITORIAL PLANETA		0212-9922981
JUCLEANSE		0212-2613071 info@jucleanse.com
GATORADE	MARLON MONSALVE	marlon.monsalve@empresas-polar.com
PEPSI	OSCAR FELIBERT	0424-2445669 - oscar.felibert@empresas-polar.com
COCA - COLA	DIEGO FERNANDEZ	diego.fernandez@kof.com.mx
B.O.D	ISABEL RIBEIRO	icribeiro@bod.com.ve
NESTLE	MARIA MATOS MARÍA CONCHITA PRESAS	0212-8208488 - maria.matos@ve.nestle.com 0212-7088178 - maria- conchita.presas@ve.nestle.com
EL NACIONAL	LIZ JAIMES	0212-2033678 - ljaimes@el-nacional.com rrhcaptacion@el-nacional.com
EL UNIVERSAL	MARÍA ROSA RULLO	mrullo@el_universal.com
EMPRESAS POLAR	MARÍA ELENA GUEVARA	0212-2027022 - mariae.guevara@empresas-

		polar.com
PLUMROSE	GIURGEN TUDARES	gtudares@plumrose.com
CINES UNIDOS	ARISLEIDA AMARO	0212-6207470 - aamaro@cinesunidos.com
	JORGE FUZAN	jfurzan@cinesunidos.com
CINEX	ENNEIDA VAZQUEZ	0424-1829617 - evazquez@cinex.com.ve
TEATREX	JOHAN INFANTE	0212-2115305 - johaninfante@teatrex.com.ve
BANCARIBE	STEPHANIE ESPINO	0212-9545782 - sespino@bancaribe.com.ve
BANCO PROVINCIAL	CELSA MISERO	celsa_misero@provincial.com
E! ENTERTAINMENT TV	ELKA VILA	evila@networksla.com
BANESCO	MARIELA COLMENARES	0212-9018544/ 8547- mcolmenares@banesco.com

ANEXO N

BASE DE DATOS DE PATROCINANTES CONFIRMADOS



SEMINARIO FITNESS 360

PATROCINANTES CONFIRMADOS

EMPRESA	NOMBRE	CONTACTO
ONLY FIT VZLA	ORIANA GUEVARA	0412-2172297 onlyfitvzla@gmail.com
WARAPO BAR		0212-9591379 warapobar@gmail.com
GATORADE	MARLON MONSALVE	marlon.monsalve@empresas-polar.com
B.O.D	ISABEL RIBEIRO	icribeiro@bod.com.ve

ANEXO Ñ

CIERRE DE NEGOCIACIONES CON PATROCINANTES

Cierre de Negociación Banco Occidental de Descuento



Caracas, 11 de Febrero del 2016

Señores

Banco Occidental de Descuento

Presente.-

Por medio de la presente, se establece la negociación formal respecto a la participación del Banco Occidental de Descuento como patrocinante del Seminario Fitness 360.

De acuerdo a lo conversado, la negociación con la marca quedo de la siguiente manera:

- El patrocinio por parte del Banco Occidental de Descuento para el Seminario Fitness 360, es de 100.000,00 BsF. en metálico. Monto que será depositado en la cuenta de la Universidad Monteávila previo al día del evento
- El Banco Occidental de Descuento contará con la presencia del logotipo en la pantalla principal del evento, en espacio compartido con los demás patrocinantes. Además de la presencia del logo en todo material publicitario del evento, afiches, entradas, afiches, notas de prensa y redes sociales.
- Se otorgará 1 pase cortesía para El Banco Occidental de Descuento

- El Banco Occidental de Descuento recibirá menciones a través de las redes sociales del Seminario Fitness 360

Muy agradecidos por el interés y presencia de tan prestigioso Banco en el Seminario Fitness 360, puntualizamos de esta forma el acuerdo establecido con el Banco Occidental de Descuento, estableciendo la relación como Patrocinante oficial del evento, con el compromiso por ambas partes de cumplir lo estipulado en el presente documento.

Aura Helena García

VP de Inversión social, Eventos

y Asuntos de Presidencia

Gabriel Rodríguez F.

Comité organizador Seminario Fitness

360

Agradecidos de antemano por su colaboración

Comité organizador Seminario Fitness 360



Fuente: Elaboración propia.

Cierre de Negociación Gatorade



Caracas, 13 de Febrero del 2016

Señores

Gatorade

Presente.-

Por medio de la presente, se establece la negociación formal respecto a la participación de Gatorade como patrocinante del Seminario Fitness 360.

De acuerdo a lo conversado, la negociación con la marca quedo de la siguiente manera:

- El patrocinio por parte de Gatorade para el Seminario Fitness 360, es de proporcionar la hidratación en cuanto a las bebidas de Agua Y Gatorade durante el evento. Al igual que la realización de los afiches promocionales y entrega de squeezers a los asistentes.
- Gatorade contará con la presencia del logotipo en la pantalla principal del evento, en espacio compartido con los demás patrocinantes. Además de la presencia del logo en todo material publicitario del evento, afiches, entradas, afiches, notas de prensa y redes sociales.
- Se otorgará 1 pase cortesía para Gatorade
- Gatorade en conjunto con el Instituto Nacional de la Nutrición de Gatorade recibirá menciones a través de las redes sociales del Seminario Fitness 360.

Muy agradecidos por el interés y presencia de tan prestigiosa empresa en el Seminario Fitness 360, puntualizamos de esta forma el acuerdo establecido con Gatorade, estableciendo la relación como Patrocinante oficial del evento, con el compromiso por ambas partes de cumplir lo estipulado en el presente documento.

Diego Cristaldo
Mercadeo Deportivo

Sophia Helena Porta
Comité organizador Seminario Fitness 360

Agradecidos de antemano por su colaboración
Comité organizador Seminario Fitness 360



Fuente: Elaboración propia.

Cierre de Negociación WarapoBar



Caracas, 13 de Febrero del 2016

Señores

WarapoBar

Presente.-

Por medio de la presente, se establece la negociación formal respecto a la participación de WarapoBar como patrocinante del Seminario Fitness 360.

De acuerdo a lo conversado, la negociación con la marca quedo de la siguiente manera:

- El patrocinio por parte de WarapoBar para el Seminario Fitness 360, es de proporcionar hidratación durante el evento, su aporte será de tres jugos en dispensadores para los asistentes del evento.
- WarapoBar contará con la presencia del logotipo en la pantalla principal del evento, en espacio compartido con los demás patrocinantes. Además de la presencia del logo en todo material publicitario del evento, afiches, entradas, afiches, notas de prensa y redes sociales.
- Contará con espacio designado para la colocación de un stand en donde realizará degustación y venta de sus productos.
- Se otorgará 1 pase cortesía para WarapoBar

- WarapoBar recibirá menciones a través de las redes sociales del Seminario Fitness 360.

Muy agradecidos por el interés y presencia de WarapoBar en el Seminario Fitness 360, puntualizamos de esta forma el acuerdo instaurado con WarapoBar, estableciendo la relación como Patrocinante oficial del evento, con el compromiso por ambas partes de cumplir lo estipulado en el presente documento.

Sophia Helena Porta
Comité organizador Seminario Fitness 360

Agradecidos de antemano por su colaboración
Comité organizador Seminario Fitness 360



Fuente: Elaboración propia.

Cierre de Negociación OnlyFit



Caracas, 13 de Febrero del 2016

Señores

OnlyFit

Presente.-

Por medio de la presente, se establece la negociación formal respecto a la participación de OnlyFit como patrocinante del Seminario Fitness 360.

De acuerdo a lo conversado, la negociación con la marca quedo de la siguiente manera:

- El patrocinio por parte de OnlyFit para el Seminario Fitness 360, es de proporcionar 100 cremas untables tamaño individual para los asistentes del evento y dos cremas untables como obsequio para los ponentes del evento.
- OnlyFit contará con la presencia del logotipo en la pantalla principal del evento, en espacio compartido con los demás patrocinantes. Además de la presencia del logo en todo material publicitario del evento, afiches, entradas, afiches, notas de prensa y redes sociales.
- Contará con espacio designado para la colocación de un stand en donde realizará degustación y venta de sus productos.
- Se otorgará 1 pase cortesía para OnlyFit

- OnlyFit recibirá menciones a través de las redes sociales del Seminario Fitness 360.

Muy agradecidos por el interés y presencia de OnlyFit en el Seminario Fitness 360, puntualizamos de esta forma el acuerdo instaurado con OnlyFit, estableciendo la relación como Patrocinante oficial del evento, con el compromiso por ambas partes de cumplir lo estipulado en el presente documento.

María Fernanda Alemán
Comité organizador Seminario Fitness 360

Agradecidos de antemano por su colaboración
Comité organizador Seminario Fitness 360



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO O

MODELO CARTA AL ESTACIONAMIENTO



Caracas, día de mes de año

Sres. NOMBRE DEL ESTACIONAMIENTO

Atención
Sr. NOMBRE

La siguiente carta es para la solicitud de los espacios del estacionamiento en un horario extendido para el próximo jueves 3 de marzo.

Con motivo del **Seminario Fitness 360**, evento que contará con la participación de 120 personas, necesitamos de sus instalaciones para la comodidad de los asistentes.

El inicio del evento será a las 8:00 am y culminará a la 1:30 pm aproximadamente. Por ello, sería conveniente que el estacionamiento se mantenga activo hasta las 2:00 pm para que todo el público pueda salir del recinto universitario sin ningún problema.

Anunciamos nuestra petición con antelación para que se fije la asignación del personal que a diario trabaja en el estacionamiento y contar con ellos el día en que se efectuará el seminario.

Gracias de antemano por su atención y esperamos contar con su colaboración para futuras ocasiones, se despide:

Luis Manuel Rodríguez
Productor General Fitness 360
0414.027.0902

Gabriel Rodríguez F.
Productor General Fitness360
0424.254.8218



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO P**EJEMPLO NOTA DE PRENSA****Disfruta del Seminario Fitness 360 el próximo 3 de marzo**

La primera edición del Seminario Fitness 360 se realizará el próximo 3 de marzo desde las 8:00 am hasta la 1:30 pm en las instalaciones de la Universidad Monteávila.

Ésta es una iniciativa estudiantil y se convertirá en el proyecto final de carrera de cuatro estudiantes. El evento tendrá como objetivo transmitir de la boca de los profesionales el contenido más completo pertinente a temas de nutrición y ejercicios como estilo de vida. Entre los profesionales que harán su aparición en el Seminario están Eleazar Guzmán, Zarahís Guzmán, Antonella Baricelli, Carlos Lezama y Víctor González.

La última presentación será una actividad física dirigida por Víctor González. Todos los asistentes del evento podrán conocer las técnicas y ejercitarse de una manera distinta y divertida de la mano de el único atleta venezolano con certificado olímpico.

En pocos días nuestras redes sociales estarán activas publicando información muy importante en cuanto a los detalles de esta producción. Para estar al tanto de todos los detalles síganos en nuestras cuentas de @S.fitness360 en Instagram.

Contactos de prensa:

Sophia Porta – sophiporta21@gmail.com - 0412-238-1407

Gabriel Rodríguez – gasorod@gmail.com - 0424-254-8218

María Fernanda Alemán – mafernandaaleman@gmail.com - 0412-241-6703

Luis Manuel Rodríguez – Imanuelrd@gmail.com - 0414-027-0902

ANEXO Q

LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIO	NOMBRE	PROGRAMA	E-MAIL
La Nueva Mágica 99.1 FM	Shia Bertoni	Un café con Shia	uncafeconshia@gmail.com
Deportiva 1300 AM	-	Deportiva Mix	-
Líder 94.9 FM	Manuel Saens	Pura Vida	puravidasaens@gmail.com
MEGA 107.3 FM	Eugenia Valero	Zona Escolar	euvalero2000@hotmail.com

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO R

AFICHE PROMOCIONAL SEMINARIO FITNESS 360

Universidad Monteávila
RIF: J-30647247-9

GATORADE

SEMINARIO
FITNESS 360

MARZO 3/
8:00 a.m. a 1:30 p.m.
Inversión: Bs. 800,00
(Incluye refrigerio y certificado)

PONENCIAS

Carlos Lezama
Nutrición: Mitos y Verdades

Zarahis Guzmán
Hidratación: Antes, durante y después de la actividad física

Antonella Baricelli
Ser saludable Vs. Fitness

Víctor González
Entrenamiento en circuitos

Eleazar Guzmán
Entrenamiento dentro del gimnasio

INVITADA ESPECIAL: SHIA BERTONI

fitness360S @s.fitness360 @gatoradevzla Gatorade Venezuela @gatoradevzla

GATORADE SPORTS SCIENCE INSTITUTE

Eleazar Guzman.com

onlyfit

Warespo

Fuente: Agencia de diseño Gatorade

ANEXO S

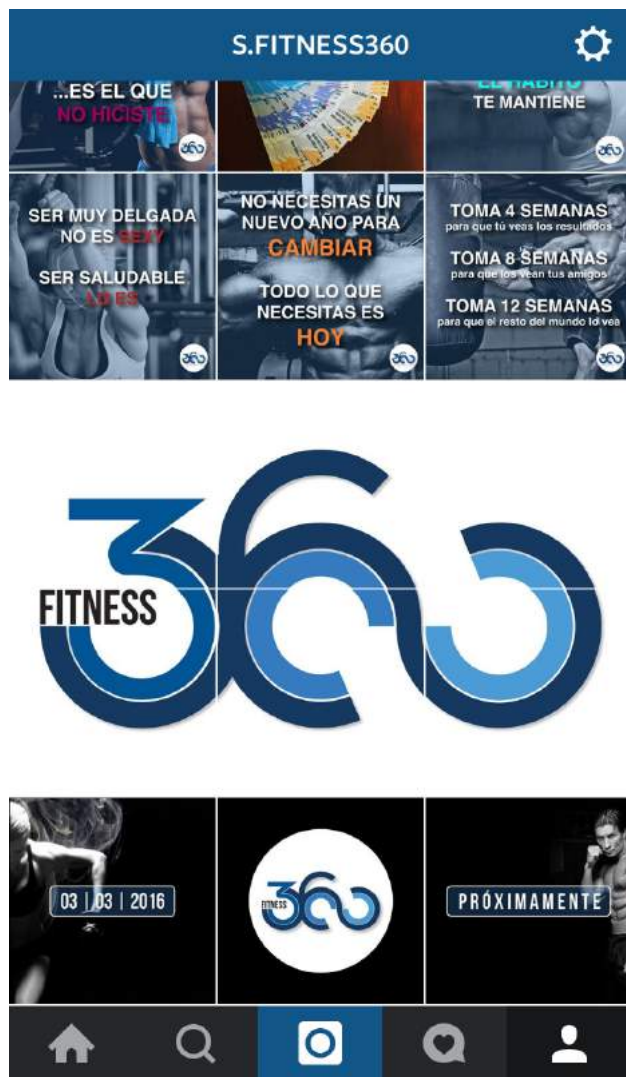
PROMOCION DEL EVENTO. REDES SOCIALES.



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO T

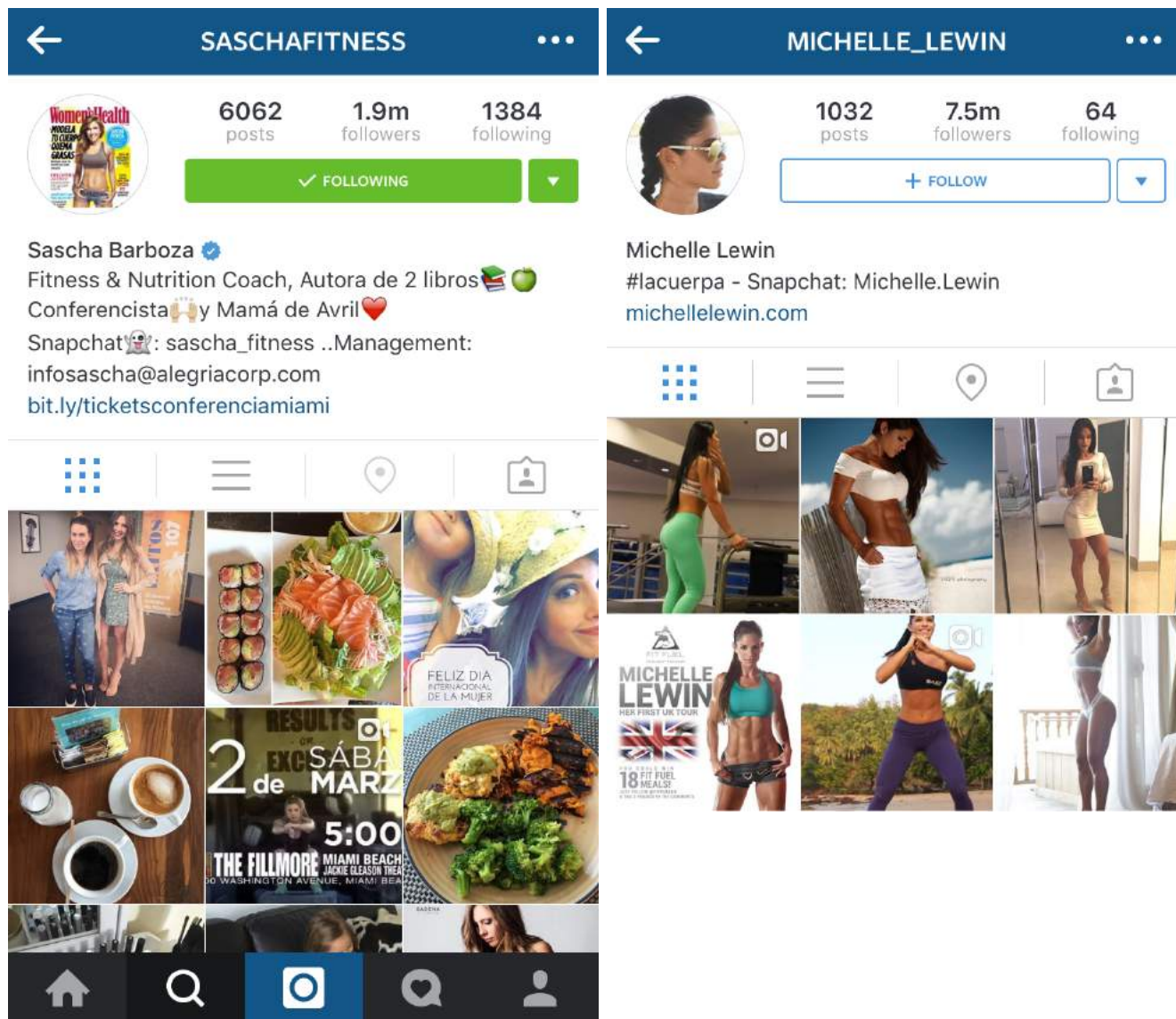
CUENTA DEL SEMINARIO FITNESS 360



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO U

REFERENCIAS DEL FITNESS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE VENEZUELA



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO V

FEEDBACK ASISTENTES. REDES SOCIALES

← COMMENTS

 **s.fitness360** 6d
 Así cerramos este evento, con la superclase en manos de @comandovictor!! 🤝 muchísimas gracias a todos por su participación y a quienes hicieron que fuera posible! @eleazarguzman9 @zarahisguzman @abaricelli @karloslezama @shiabertoni

 **erikalanz** 6d
 @rossanamg 👍📸

 **sophiaportac** 6d
 Grande equipoooo!!! ❤️🎉🎊 @mafernanda_ag @lmanuelrd @gasorod

 **gasorod** 6d
 ¡Gracias a todos por asistir! Nos vemos pronto

 **camdelafu** 6d
 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

 **erikalanz** 6d
 Todo excelente, felicitaciones @s.fitness360 🎉👍

 **rossanamg** 6d
 Excelente evento muchachos, Gracias por todo y Felicidades @s.fitness360

 **cinthyaparedes** 6d
 Excelente conferencia.

Add a comment... Send

← COMMENTS

 **s.fitness360** 6d
 Con @eleazarguzman9 y su equipo que nos acompaño el día hoy! Muchas gracias por tu participación

 **lavaletta1** 6d
 Excelente evento

 **cinthyaparedes** 6d
 Chicos @s.fitness360 muy buen trabajo. Felicitaciones, me encanto la conferencia

 **katherinegamez** 6d
 Un placer participar en su evento! 💕💕 felicitaciones

 **realhappyus** 6d
 Buenisimo 🤝🤝

 **alvaroojeda_** 3d
 @lmanuelrd Classic 🎩👞

Fuente: Elaboración propia.

← COMMENTS

 **s.fitness360** 6d
 Parte del entrenamiento de @comandovictor en el Seminario Fitness 360 🏋️‍♀️🏆
 Agradecemos el feedback del público y sobre todo a nuestros grandiosos patrocinadores -> @gatoradevzla @onlyfitvzla @warapobar 😊👍

 **onlyfitvzla** 6d
 Gracias a uds por la invitación! Definitivamente fue un jueves #algodistinto

 **leosantander93** 6d
 Guoooooooo

 **leosantander93** 6d
 @anakgarcia92 de lo que nos perdimos

 **norafittraining** 6d
 Genial el seminario!!!! Ojalá lo repitan!! 🏋️‍♀️👍👍

 **cinthyaparedes** 6d
 Todo excelente y los patrocinantes de lujo @onlyfitvzla @warapobar los mejores!!!

 **onlyfitvzla** 6d
 Muchas gracias!! @cinthyaparedes

 **nutrimentalis** 6d
 Me encantan @comandovictor pronto me tendrán en una de sus clases

 **comandovictor** 6d

Add a comment... Send

← COMMENTS

 **mafernanda_ag** 6d
 Grande equipoooo!!! ❤️🎉 @mafernanda_ag @lmanuelrd @gasorod

 **gasorod** 6d
 ¡Gracias a todos por asistir! Nos vemos pronto

 **camdelafu** 6d
 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

 **erikalanz** 6d
 Todo excelente, felicitaciones @s.fitness360 🙌🎉👍

 **rossanamg** 6d
 Excelente evento muchachos, Gracias por todo y Felicidades @s.fitness360

 **cinthyaparedes** 6d
 Excelente conferencia.

 **lmanuelrd** 6d
 ¡Gracias a todosssss!

 **albagarate1** 5d
 Súper nutritiva conferencia,complacida con todo. Espero que continúen con este tipo de iniciativas. Felicidades chicos! @s.fitness360

 **mafernanda_ag** 5d
 Gracias a todos, Uds hicieron esto posible! @albagarate1 @cinthyaparedes @rossanamg @erikalanz

Add a comment... Send

Fuente: Elaboración propia.

ENCUESTA POST-EVENTO



¿Cómo calificas la organización del evento?

Excelente Buena Regular Mala

¿Qué disfrutaste más del evento?

Ponencias Entrenamiento Ambas

¿Cómo te enteraste del Seminario Fitness 360?

Redes Sociales Publicidad Emisoras de Radio

Por Favor, evalúa los siguientes aspectos del evento:

	Excelente	Buena	Regular	Mala
Ponentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obsequios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Refrigerio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tienes algunas sugerencias para cómo mejorar futuros eventos?

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO X

CERTIFICADO DEL EVENTO



ANEXO Y**PRESUPUESTO**

El evento se programó en el auditorio de la Universidad Monteávila, el cual cuenta con una capacidad máxima de 110 puestos. Se dispuso 10 puestos para invitados especiales y los 100 restantes a la venta. Se vendieron 97 entradas con un costo de 800 BsF por unidad, generando así un total de 77.600 BsF. Adicional a esto se contó con el apoyo del Banco Occidental de Descuento (B.O.D) quien realizó una donación de 100.000 BsF.

Además se contó con el apoyo de los siguientes patrocinantes: WARAPO BAR C.A, ONLY FIT C.A y EMPRESAS POLAR a través de su división GATORADE VENEZUELA.

PRESUPUESTO			
No	PARTIDA	CANTIDAD	COSTO
	IMPRESIONES		
1-1	Entradas	110	3780 Bsf
1-2	Calcomanías contacto	210	820 Bsf
1-3	Programa y encuesta	105	3675
1-4	Pendones, Calcomanías refrigerio, Portadas libretas, Credenciales.		29.009 BsF
1-5	Plastificación credenciales	17	1820 Bsf
	ESPACIOS		
2-1	Auditorio	1	7.500 BsF (1500 BsF/Hora)
2-2	Pérgola	1	0,00 Bsf
2-3	Cancha usos Múltiples	1	0,00 BsF
	EQUIPOS TÉCNICOS		
3-1	Sonido	2	0,00 BsF
3-2	Iluminación auditorio	1	0,00 BsF
3-3	VideoBeam	1	0,00 BsF

	REFRIGERIO		
4-1	Cubiertos, Platos, Vasos, Envases	150	8974 BsF
4-2	Frutas		7800 BsF
4-3	Agua		Patrocinante: Gatorade
4-4	Gatorade		Patrocinante: Gatorade
4-5	Jugos orgánicos		Patrocinante: Warapo Bar
4-6	Cremas dietéticas	110	Patrocinante: Only Fit
4-7	Acompañantes cremas	110	1550 BsF
	DECORACIÓN		
5-1	Telas Auditorio	6	22.000 BsF
5-2	Nylon para montaje	1	1500 BsF
	VARIOS		
6-1	Bolsas	6	2100 BsF
6-2	Cordones credenciales	17	2550 BsF
6-3	Logo grande	1	1080 BsF
		Sub-Total	94.158 BsF
		Deducción alquiler auditorio	7500 BsF
		TOTAL	86.658 BsF

