



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

**EVENTO DE LANZAMIENTO DE UN PRODUCTO EDICIÓN LIMITADA A
BENEFICIO DE HOGAR BAMBI**

Autores:
Brunetti, Cristina
García, María José
González, Tabatha
Méndez, María Elizabeth

Profesor Coordinador:
Prat, Leira.

Caracas, 13 de marzo de 2017

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por permitirnos desarrollar el proyecto ideado desde un principio, por colocar a las personas correctas en nuestro camino y por darnos los instrumentos necesarios para llevar a cabo cada una de las labores requeridas.

Queremos agradecerle a la Universidad Monteávila por brindarnos los conocimientos y las herramientas necesarias para el desarrollo de nuestro Proyecto Final de Carrera. A María Esther Pinto y Nadeska Rogic, directoras de Bijoutix, por confiar en nosotras, aceptar la propuesta y apoyarnos en la producción de las piezas Edición Limitada y el evento de lanzamiento. A Francisco Segnini, director de RRII y recaudación de Hogar Bambi, por darnos un voto de confianza y permitirnos trabajar con la institución que representa. A la Ilustradora Isabela Álvarez por realizar la ilustración de la pieza Edición Limitada, bajo los parámetros establecidos.

Un especial agradecimiento a nuestras familias, quienes fueron clave en nuestra formación como profesionales y significaron un gran apoyo en la realización del evento de lanzamiento; y a nuestra tutora Leira Prat, quien nos orientó durante todo el proceso.

Agradecemos a nuestros patrocinantes por creer desde un principio en el proyecto y aportar cada uno de los elementos necesarios para la producción del evento. Gracias Centro Cultural B.O.D, Cucharada de Sopa, Grupo Coral: Victorinox y Lamy, Santa Teresa, Sobretudo y Soluciones Láser, Pepsi y Minalba, Grupo L'Oréal, Escultor Gerardo Fernández, Tekesnack, Chocolates Arcay, Tequechongos, Fundación las manos que ayudan a Jesús, P.A.N, Sangría Caroreña, Dj Cayu, Chef Aldo Claut, Andreina Dona, Regina Jiménez Accesorios, G3 Xpress, Paola Fotografía.

Por último, queremos agradecer a nuestra oradora Rebeca Moreno y a cada uno de los miembros del protocolo, quienes nos ayudaron durante el desarrollo del evento.

ÍNDICE

RESUMEN	1
CAPÍTULO I	2
1. Presentación del proyecto	2
1.1 Tema	3
1.2 Justificación	3
1.3 Motivación	4
1.4 Problema a solucionar	4
CAPÍTULO II	5
1. Estrategia	5
2. Cronograma	10
CAPÍTULO III	18
1. Pre – evento	18
1.1 Público meta	18
1.2 Día, fecha, hora y lugar del evento	18
1.3 Comités de trabajo	19
1.3.1 Comité de finanzas	19
1.3.2 Comité de patrocinio	19
1.3.3 Comité de identidad y comunicaciones	19
1.3.4 Comité creativo	20
1.3.5 Comité de protocolo	20
2. Participantes	21
2.1 Bijoutix	21
2.2 Hogar Bambi	21
2.3 Ilustradora Isabela Álvarez	22
2.4 Host	22
2.5 Invitados al evento	22
3. Modelo de carta de compromiso	23
4. Patrocinios y proveedores	23

4.1 Modelo de carta de presentación para patrocinantes	24
4.2 Modelo de constancia de patrocinio y PFC	24
4.3 Modelo de carta de agradecimientos	24
4.4 Base de datos de empresas. Posibles patrocinantes y finales	24
4.5 Tipo de patrocinio	26
5. Logística y planificación	31
5.1 Trámites y permisos	31
5.2 Refrigerios	31
5.3 Obsequios	31
5.4 Protocolo	32
5.5 Decoración	32
5.6 Equipo de sonido	32
5.7 Entradas	32
5.8 Venta del producto	32
6. Programa del evento	33
7. Identidad gráfica	33
8. Presupuesto	34
9. Comunicación y promoción	37
9.1 Base de datos de medios	37
9.2 Plan de medios	38
9.2.2 Plan de medios durante el evento	38
9.2.3 Plan de medios posterior al evento	38
9.3 Estrategia promocional	38
CAPÍTULO IV	40
1. Evento	40
1.1 Convocatoria	40
1.2 Montaje	40
1.3 Maquillaje y estilismo	41
1.4 Acceso a invitados	41
1.5 Palabras inaugurales	41
1.6 Venta del producto	41

1.7 Entrega de reconocimiento y obsequios	43
CAPÍTULO V	43
1. Post evento	43
1.1 Envío de nota de prensa	43
1.2 Gira de medios	43
1.3 Entrega del primer donativo	44
1.4 Entrega del segundo donativo y actividad de cierre en Hogar Bambi	44
1.5 Medición del evento	45
CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	53
ANEXOS	55

RESUMEN

En este proyecto final de la carrera de Comunicación Social, se realizó un evento de lanzamiento, para dar a conocer un producto Edición Limitada de la marca venezolana Bijoutix, a beneficio de la organización Hogar Bambi. El mismo se realizó el lunes 24 de octubre de 2016 en los espacios abiertos, del Ala Oeste, del Centro Cultural B.O.D.

Para el proyecto se creó una alianza con Bijoutix, empresa nacional dedicada al diseño y confección de productos textiles y accesorios para mujeres, a fin de que la marca elaborara la producción de las piezas. La Edición Limitada pertenece a la colección “Entre amigas” y consta de dos modelos de un estuche versátil disponible en dos tamaños. Ambos llevan como diseño la ilustración de la artista Isabela Álvarez, conocida como “Isaboleta”.

Durante el lanzamiento del producto, se inició la venta de las piezas mencionadas, las cuales cerraron el miércoles 15 de febrero de 2017. Al evento asistieron miembros de cada uno de los aliados y patrocinantes, así como representantes de prensa y medios de comunicación.

El 30% de lo generado en las ventas de las piezas Edición Limitada, fue destinado en forma de donativo a la organización Hogar Bambi, el cual fue entregado en dos partes. La primera se dio el 7 de diciembre de 2016, por un monto de Bs. 550.000 y la segunda, el 3 de marzo de 2017, por una cantidad de Bs. 1.550.000.

CAPÍTULO I

1. Presentación del proyecto

El Proyecto Final de Carrera nace de la iniciativa de llevar a la práctica todos los conocimientos adquiridos en la universidad, promoviendo el emprendimiento a través de una marca venezolana, innovadora, vanguardista y de calidad; generando un impacto social de cara a los problemas socio-culturales que atraviesa el país.

Durante la última década se ha visto gran auge en el desarrollo de productos con sello venezolano. Debido a las circunstancias del país, los venezolanos han buscado reinventarse, abriendo así nuevas oportunidades de negocio, a través de tiendas y plataformas de e-commerce.

Bijoutix forma parte de esas nuevas propuestas. Es una marca innovadora y vanguardista de productos textiles para la mujer actual, principalmente bolsos, necesers, organizadores de viajes, portabikinis, portacosméticos, entre otros. Sus productos reflejan la belleza y delicadeza del gusto de la mujer moderna, combinado con la versatilidad y durabilidad de materiales textiles de alta calidad. Conformado por un equipo de trabajo con más de 18 años de experiencia en la producción de piezas de alta calidad, laboran de manera conjunta con diseñadores y fabricantes nacionales. Todos sus estampados son creados por diseñadores, se imprimen las telas frontales y luego se confecciona cada pieza. Anualmente lanzan dos colecciones alusivas a un tema en específico. El consumidor tiene en sus manos una real obra artesanal, 100% de producción nacional.

Debido al auge del emprendimiento nacional y la merma de la responsabilidad social empresarial, nació este proyecto en pro de favorecer a las instituciones afectadas como Hogar Bambi. De esta manera surgió la idea de lanzar un producto a

beneficio de una organización benéfica.

1.1 Tema

El tema elegido fue el emprendimiento venezolano y la Responsabilidad Social. Por ello se llevó a cabo un evento de lanzamiento, para un producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi.

1.2 Justificación

Los lanzamientos de productos Edición Limitada juegan un papel cada vez más importante y estratégico dentro de las empresas, generando así un valor agregado tanto al producto como al consumidor. Desde hace un par de años estos han sido motivo de varios proyectos, nacionales e internacionales. La página Marketing & Communications 360, expone que *los eventos juegan un papel primordial en la difusión del producto o servicio dentro del target determinado, de primera mano y aportando un valor humano en las relaciones con los clientes.*

Por ser Bijoutix una marca dirigida a la mujer venezolana actual que ofrece diseños innovadores y atractivos, se quiso trabajar junto a ellas para elaborar un proyecto similar y darle un toque de exclusividad y distinción a la marca. Con el fin de apoyar el emprendimiento nacional, se decidió que la ilustración de este producto sería realizada por un talento venezolano emergente.

Asimismo, se decidió elaborar un proyecto que abarcara gran parte del pensum visto durante la carrera: publicidad y mercadeo, diseño gráfico, comunicación corporativa, géneros periodísticos, radio y televisión. A través de éste, se buscó crecer a nivel profesional, desarrollando diferentes destrezas y adquiriendo experiencias para el futuro laboral.

Debido a la fuerte crisis que atraviesa el país, no se quiso dejar a un lado la

oportunidad de brindar una ayuda social mediante un donativo obtenido de las ganancias por la venta de cada pieza Edición Limitada, dándole así un valor agregado.

1. 3 Motivación

Se entiende que el emprendimiento venezolano ha tenido gran auge en los últimos años, y que éste necesita renovarse y reinventarse constantemente, con el fin de impulsar su mercado. Así mismo, se comprende la crisis social que atraviesa el país, y es por esto que a la hora de llevar a cabo un Proyecto Final de Carrera se tuvo la intención de incentivar el comercio venezolano y brindarle ayuda a una organización no gubernamental, que alberga a 110 niños que forman parte del futuro del país.

1. 4 Problema a solucionar

La creación de nuevas estrategias comerciales es un factor de gran importancia dentro del emprendimiento venezolano, por lo que crear el lanzamiento de nuevos productos que mantengan la vitalidad de la marca, con un propósito social, impulsa y posiciona a Bijoutix. La comunidad de Hogar Bambi también ha sufrido las consecuencias de un país en deterioro, tales como escasez de alimentos y de medicinas, suministros escolares y falta de personal calificado para atender a los niños en el aspecto educativo y administrativo de la institución. Por ello se consideró necesario realizar un proyecto en pro de aportar beneficios para ambas necesidades y así contribuir a la construcción del país.

CAPÍTULO II

1. Estrategia

La estrategia de desarrollo de este proyecto consistió en el lanzamiento de un producto Edición Limitada, a través de un evento privado en el que se convocó a medios de comunicación y personas interesadas en colaborar a beneficio de la comunidad de Hogar Bambi. Esta estrategia constó de las siguientes actividades:

Primera reunión con las directoras creativas de Bijoutix

El primer paso de este proyecto consistió en una estratégica reunión con Nadeska Rogic y María Esther Pinto, directoras de la marca Bijoutix y pilar fundamental para el desarrollo del objetivo. Se les presentó una propuesta digital con el plan de acción y los beneficios para todo el equipo. Motivadas con la iniciativa, aceptaron trabajar de la mano para este proyecto.

Reunión con Hogar Bambi

Luego de haber obtenido una respuesta positiva de Bijoutix, se procedió a presentar en conjunto la propuesta a la directiva de Hogar Bambi. Una vez aceptado el proyecto se pudo conocer a fondo la realidad de los niños y adolescentes que pertenecen a la comunidad.

Segunda reunión con las directoras creativas de Bijoutix

En esta reunión se definió la colección a elaborar; se presentaron los posibles ilustradores para el diseño, entre los que destacaban: Isabela Álvarez, Rayma, Camila de la Fuente, Eduardo Sanabria y Frida Jaimes. También se discutió el modelo, tamaño

y cantidades a producir, abriendo la oportunidad de una segunda producción de acuerdo a la rapidez de la venta. El total acordado fue de 200 piezas grandes y 250 pequeñas.

Reunión con la ilustradora Isabela Álvarez por videoconferencia

La ilustradora Isabela Álvarez fue quien quedó seleccionada por parte de la directiva de la marca, ya que su estilo era el que coincidía con la imagen y el mensaje que se quería transmitir en el producto Edición Limitada, perteneciente a la colección “Entre Amigas”. Su portafolio presentaba diseños atractivos y novedosos, ideales para desarrollar las piezas. Durante la reunión se le presentó la propuesta, la cual evaluó y luego de unos días aceptó. Dicha oferta consistió en un posible contrato con Bijoutix para la realización de futuros diseños en las colecciones venideras, lo cual representaba una relación ganar-ganar.

Selección de la locación para el evento de lanzamiento

Se llevó a cabo una reunión con Aura Helena García, Vicepresidenta Ejecutiva de la Presidencia del Banco Occidental de Descuento, con el fin de obtener patrocinio por parte del Centro Cultural B.O.D, para la locación en la que se llevó a cabo el evento de lanzamiento de las piezas Edición Limitada. El lugar resultó atractivo por su ubicación estratégica, la comodidad de sus instalaciones, así como también por ser un lugar icónico de Caracas, reconocido por apoyar diferentes manifestaciones culturales. Tras varios días de discusión en la directiva, la solicitud fue aprobada. El área otorgada fue el espacio abierto del Ala Oeste de dicho establecimiento.

Búsqueda de patrocinantes

Se realizó una base de datos con las posibles empresas interesadas en aportar patrocinio al evento de lanzamiento. Se redactó una carta de solicitud, según los formatos requeridos para enviarla a las corporaciones preseleccionadas. En el

documento enviado se expresó cuál era la motivación y requerimientos del proyecto para cada uno de los aliados.

Reunión formal con los patrocinantes interesados

Tras haber enviado la solicitud de patrocinio a todas las empresas preseleccionadas, se procedió a presentar la propuesta formal solo a aquellas que mostraron interés en apoyar el proyecto. Con cada una se programó una reunión para concretar la alianza.

Elaboración y diseño de material requerido para el evento

A lo largo de varias reuniones se creó parte de la decoración, material impreso, logos y demás instrumentos de comunicación visual a emplear. Poniendo en práctica todas las herramientas adquiridas durante la carrera.

Convocatoria a medios de comunicación y oradora

Se convocó a diferentes medios de comunicación, con el fin de cubrir y reseñar el evento. A OceanDrive, por ser una revista con años de experiencia cubriendo eventos sociales y dirigida a un target similar al de la marca; De Noche en Caracas por ser un portal web emergente especializado en eventos sociales de la ciudad y Caraota Digital, por ser un periódico web con colaboradores de renombre nacional. Como oradora se contactó a Rebeca Moreno, por ser una destacada periodista y propulsora del emprendimiento venezolano, especialmente aquellos que forman parte de la producción de un evento.

Campaña y concurso a través de las redes sociales de Bijoutix

Quince días antes del evento se empezó a promover una campaña sobre el lanzamiento del producto Edición Limitada, perteneciente a la colección “Entre Amigas”,

a través del Instagram @Bijoutix, con el fin de generar intriga acerca de la nueva pieza a lanzar. Así mismo, se llevó a cabo un concurso en el que se obsequió un pase de cortesía al evento y una pieza correspondiente a la Edición Limitada.

Trámites y permisos

Se recaudaron los permisos necesarios tanto del Centro Cultural B.O.D como de Bijoutix, con el fin de que la Alcaldía de Chacao certificara la ejecución del evento de lanzamiento. Los mismos fueron aprobados cinco días antes del evento.

Evento de lanzamiento

El evento de lanzamiento del producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi, se llevó a cabo el lunes 24 de octubre de 2016, desde las 4:30 pm. hasta las 8:00 pm., en los espacios abiertos del Ala Oeste del Centro Cultural B.O.D. El mismo se rigió por un cronograma, dividido en tres partes: apertura, dirigida por Rebeca Moreno, quien junto al equipo del PFC y las directoras de la marca, explicó a los asistentes el fin del proyecto y las actividades a realizar durante la tarde; entrega de regalos de agradecimiento a María Esther Pinto, Nadeska Rógic y la directiva de Cucharada de Sopa; y por último entrega de obsequios especiales a aquellos asistentes que compraron el producto y participaron para la premiación. Dichos obsequios fueron patrocinados por el escultor Gerardo Fernández, Grupo L'Oréal, Victorinox, Lamy, Andreina Dona y Regina Accesorios.

Gira de medios

Se redactó una nota de prensa informando sobre el producto Edición Limitada, con el fin de promocionarlo, aumentar sus ventas y obtener un mayor donativo para Hogar Bambi. Ésta fue enviada a los productores de distintos programas de radio y televisión, quienes días después contactaron al equipo para acudir a diferentes transmisiones. Se llevaron a cabo entrevistas en los programas de radio de Graciela

Beltrán Carías, Rocío Higuera quien conduce Agenda Onda y Gladys Rodríguez. Así mismo se acudió al programa de televisión Mujeres en Todo, conducido por Alba Cecilia Mujica, Marielena González y Alejandra Pulido.

Entrega de donativo a Hogar Bambi

El 30% de las ganancias obtenidas con la venta de cada producto, entre el día del evento y el 15 de febrero de 2017, fueron donadas en dos pagos a Hogar Bambi. El primer donativo fue entregado el 7 de diciembre de 2016, por un monto Bs. 550.000. El segundo, por una cantidad de Bs. 1.550.000, el 3 de marzo de 2017, jornada donde se realizó una actividad especial con 75 niños pertenecientes a la organización. Para cerrar el proyecto, ese día se hizo entrega de un cheque simbólico por un monto de Bs. 2.100.000.

Como consecuencia de la inflación que tiene el país y a fin de entregar una suma representativa y útil para Hogar Bambi, se decidió que el donativo se realizaría en dos partes.

2. Cronograma

Agosto 2016

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	1	2	3	4	5	6
	Reunión con Bijoutix: inicio del proceso				Reunión con Hogar Bambi: inicio del proceso	
7	8	9	10	11	12	13
	Segunda reunión con Bijoutix					Sesión de fotos. Base para la ilustración
14	15	16	17	18	19	20
	Reunión con la ilustradora, Isabela Álvarez		Reunión con la tutora		Reunión con el Centro Cultural B.O.D	
21	22	23	24	25	26	27
		Recepción de la ilustración			Confirmación de la fecha y locación del evento	
28	29	30	31			

Septiembre 2016

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
	Reunión con DJ Cayu		Reunión de patrocinio con Maybelline y Kerastase		Reunión con Bijoutix: primera prueba de impresión Reunión de patrocinio con el grupo Coral	Reunión con Cucharada de Sopa
11	12	13	14	15	16	17
		Entrega de anteproyecto modificado			Reunión con el chef Aldo Claut	Reunión con proveedor de cristalería Elaboración de material para el evento
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
		Diseño de la invitación del evento	Diseño de la invitación del evento		Reunión con la tutora	Elaboración de material para el evento

Octubre 2016

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
						1
						Elaboración de material para el evento
2	3	4	5	6	7	8
	Reunión con Sobretodo y Soluciones Láser	Recepción de tequeños	Reunión con Santa Teresa	Reunión con Pepsi y Minalba Reunión con el escultor Gerardo Fernández	Recepción de papeles necesarios para trámites de Alcaldía	Elaboración de material para el evento
9	10	11	12	13	14	15
	Recepción de invitaciones Concurso a través del Instagram @Bijoutix	Entrega de recaudos a la Alcaldía de Chacao Entrega de invitaciones	Elaboración de material para el evento	Entrega de invitaciones Convocatoria de oradora (Rebeca Moreno)	Convocatoria a medios de comunicación (De Noche en Caracas, Caraota Digital y OceanDrive)	Elaboración de material para el evento
16	17	18	19	20	21	22
Campaña a través del Instagram @Bijoutix Modificación de logos para el backing	Cierre de concurso a través del Instagram @Bijoutix Recepción de mezcla de cachapas P.A.N	Recepción de esculturas de Gerardo Fernández Recepción de productos Maybelline y Kerastase	Retiro de papeles Alcaldía de Chacao	Recepción de Ron Santa Teresa	Recepción de Pepsi y Caroreña	Elaboración de material para el evento
23	24	25	26	27	28	29
Elaboración de material para el evento	Evento de lanzamiento de un producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi.			Bingo de Hogar Bambi		

Noviembre 2016

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	2	3	4	5
			Envío de nota de prensa a medios de comunicación		Publicación de entrevista en Caraota Digital	
6	7	8	9	10	11	12
			Reunión con Bijoutix	Envío de carta de agradecimiento a los patrocinantes	Entrevista con Graciela Beltrán Carías	
13	14	15	16	17	18	19
		Entrevista en Agenda Onda, con Rocío Higuera			Entrevista con Gladys Rodríguez	
20	21	22	23	24	25	26
					Reunión con la tutora	
27	28	29	30	31		
		Redacción de PFC				

Diciembre 2016

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
				1	2	3
				Publicación del evento en la revista OceanDrive		
4	5	6	7	8	9	10
		Redacción de PFC	Entrega de la primera parte del donativo a Hogar Bambi	Redacción de PFC	Reunión con la tutora	
11	12	13	14	15	16	17
				Entrevista en Mujeres en Todo		
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Enero 2017

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
		Redacción de PFC	Reunión con la tutora	Recepción de material de OceanDrive	Reunión con la tutora	Redacción de PFC
22	23	24	25	26	27	28
		Redacción de PFC				
29	30	31				
	Reunión con Bijoutix	Redacción de PFC				

Febrero 2017

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
		Redacción de PFC Reunión con la tutora				
12	13	14	15	16	17	18
Redacción de PFC		Redacción de PFC	Culminan las ventas benéficas			
19	20	21	22	23	24	25
Redacción de PFC		Redacción de PFC				
26	27	28				

Marzo 2017

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
			Planificación de actividad especial en Hogar Bambi	Planificación de actividad especial en Hogar Bambi	Entrega del segundo donativo y actividad especial en Hogar Bambi	Entrega del manual de PFC a la tutora
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
	Entrega del manual de PFC a la Facultad					
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

CAPÍTULO III

1. Pre – evento

Con el fin de llevar a cabo un evento de calidad, previo a éste se estableció el público meta, el día y lugar del lanzamiento, se contactó a los participantes que formarían parte del proyecto, se dividieron las labores en diferentes comités y se coordinó la logística requerida.

1.1 Público Meta

El proyecto se dirigió a dos tipos de público, uno general, como invitados al evento, titulado “Amigas por Bambi”; y otro específico, como consumidores del producto.

El público general del evento de lanzamiento del producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi, se centró en hombres y mujeres de Caracas, en edades comprendidas entre los 25 y 60 años, de clase media-alta, sensibles a la comunidad de Hogar Bambi y clientes de la marca Bijoutix.

El producto en sí se dirigió a mujeres de la ciudad de Caracas, en edades comprendidas entre 30 y 50 años, de clase económica media-alta y con un perfil en el que resaltan las siguientes características: vanguardista, interesada en el arte y la moda, viajada, divertida y práctica.

1.2 Día, fecha, hora y lugar del evento

El evento de lanzamiento del producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi se llevó a cabo el día lunes 24 de octubre de 2016, en los espacios abiertos del

Ala Oeste del Centro Cultural B.O.D, entre las 4:30 pm y las 8:00 pm. El Centro Cultural B.O.D se encuentra en el corazón del este de la ciudad, frente a la Plaza La Castellana, Chacao. (Véase anexo A)

1.3 Comités de trabajo

Las tareas del proyecto se dividieron en diferentes comités, distribuidos de acuerdo a las capacidades y destrezas de cada miembro del equipo, asumiendo responsablemente las labores designadas. Sin embargo, es importante destacar que entre las cuatro integrantes del grupo hubo apoyo para llevar a cabo un proyecto de calidad.

1.3.1 Comité de finanzas

Este comité conformado por María Elizabeth Méndez y Cristina Brunetti, se encargó de manejar todos los aspectos referentes a costos; presupuestos, tanto del material requerido como de las empresas aliadas en la producción del evento; pagos a proveedores y donativo a Hogar Bambi.

1.3.2 Comité de patrocinio

Este comité liderado por María José García y María Elizabeth Méndez, tuvo la responsabilidad de contactar a cada uno de los patrocinantes. Durante este proceso se mantuvo constante comunicación con ellos, con el fin de concretar el aporte y hacer cumplir la contrapropuesta ofrecida a cambio de sus beneficios. Posterior al evento, este departamento fue el encargado de hacer llegar la carta y los obsequios de agradecimiento.

1.3.3 Comité de identidad y comunicaciones

El equipo se dividió en dos. Por un lado, María José García, quien fue la

responsable de generar el contenido visual durante el proyecto. Desarrolló las invitaciones del evento, el carnet utilizado por el protocolo, hizo modificaciones en los logos de los patrocinantes con el fin de ser utilizados en el backing del evento y realizó el material correspondiente a las redes sociales.

Por otro lado, Cristina Brunetti y Tabatha González, quienes se encargaron de convocar a los medios de comunicación para el evento, redactar y enviar la nota de prensa a los productores de programas de radio y televisión y coordinar la gira de medios posterior al lanzamiento. Así mismo, redactaron las diferentes cartas enviadas a los patrocinantes y participantes del evento y el guion de la oradora.

1.3.4. Comité creativo

Para la producción del evento, el equipo completo se encargó de elaborar los detalles que le proporcionaron originalidad. Dichas actividades se resumen en el diseño de backings y decoración; así como elementos artesanales en las invitaciones. Durante la ejecución de las labores se contó con el apoyo de la organización de laicos comprometidos, Fundación las manos que ayudan a Jesús.

1.3.5 Comité de protocolo

Durante el evento se contó con el apoyo de un grupo de protocolo encargado de la organización. Éste estuvo conformado por Regina Solórzano en la logística de acceso al evento; María Eugenia Lascrain y Teresa Marrero como supervisoras generales del evento; Samantha González, Isabella Padrón y Valentina Meignen, responsables de las estaciones de obsequios por la compra del producto; Aldo Claut, supervisor de cocina; y Armonía Battista y Regina Jiménez en el área de caja.

2. Participantes

Los participantes del proyecto fueron la marca venezolana Bijoutix, la organización Hogar Bambi, la ilustradora Isabela Álvarez, la oradora Rebeca Moreno y los invitados al evento de lanzamiento. Cada uno de ellos jugó un rol fundamental en la ejecución del mismo.

2.1. Bijoutix

Marca venezolana, con tres años en el mercado, divertida, versátil, innovadora y vanguardista con productos textiles para la mujer actual, principalmente bolsos, necesers, organizadores de viaje, portabikinis, portacosméticos, entre otras piezas, cuya esencia se basa en las ilustraciones y estampados propios de sus telas. Sus productos se distribuyen en más de 70 tiendas de diseño venezolano, a nivel nacional. Algunas de sus piezas han sido intervenidas por ilustradores de renombre como Titina Penzini y Rayma.

Se eligió a Bijoutix como marca aliada, debido a que sus características van de la mano con lo que se buscó en el desarrollo del proyecto. Desde un principio sus directoras se vieron atraídas porque tenían en mente incluir en su marca, programas con fines sociales similares a la propuesta. (Véanse Anexos B)

2.2 Hogar Bambi

Hogar Bambi es una organización que brinda atención integral con enfoque sistémico a niños de 0 a 18 años. Favorecen el restablecimiento y pleno ejercicio de sus derechos en condiciones de equidad, libertad y respeto, y su integración a un medio familiar sano y estable, articulando los esfuerzos conjuntos de la familia. Tienen capacidad de atención para 110 niños y jóvenes, contribuyendo así al mejoramiento de sus condiciones emocionales, físicas, intelectuales y de protección. Realizan

actividades de orientación a las familias biológicas o adoptivas de los niños atendidos, para contribuir con la generación de condiciones socio-familiares seguras y estables.

Se quiso trabajar de la mano de Hogar Bambi porque al ser una organización seria y consolidada, con 20 años de trayectoria y transparencia en el manejo de sus recursos, había constancia de que el propósito del proyecto iba a estar bien destinado.

2.3 Ilustradora Isabela Álvarez

Se escogió a la ilustradora Isabela Álvarez, por ser un talento nacional emergente, cuyo estilo coincidía con la imagen que se deseaba plasmar en el producto, para darle así el toque diferenciador a la pieza Edición Limitada, perteneciente a la colección “Entre amigas”. La selección se dio tras un consenso entre Bijoutix y el equipo del PFC.

2.4 Host

Durante el evento se contó con la presentación y animación de la periodista y locutora Rebeca Moreno, quien ha trabajado en televisión y actualmente conduce un programa de radio en Onda La Superestación. Hoy en día se destaca por haber creado su marca personal denominada “Mamá con Glamour”, donde apoya a diferentes emprendedores en el área de producción de eventos y fiestas infantiles, convirtiéndose así en una gran influenciadora en las redes sociales. Es por ello que su perfil encajaba perfectamente con el proyecto.

Días previos se le envió un guion con los puntos a tratar durante el evento, con el fin de seguir un cronograma estratégico.

2.5 Invitados al evento

Las personas invitadas al evento, debían cumplir un perfil acorde al target de la marca, con un interés en las causas sociales, a modo de que los asistentes fueran

estratégicos para la compra del producto y para ser voceros de la causa del proyecto.

La lista de invitados se elaboró entre el equipo del PFC, la directiva de Bijoutix y la directiva de Hogar Bambi. Cada grupo realizó una lista con las personas a convocar donde se colocaba su nombre y la cantidad de personas por invitación.

3. Modelo de carta de compromiso

Esta carta fue enviada a cada uno de los participantes del proyecto. En ella se expresó puntualmente las responsabilidades aceptadas por las partes comprometidas con el PFC. Se enumeraron ciertas cláusulas en las que se explicaron acuerdos de funcionamientos claves para el pleno desarrollo del trabajo.

Dicho acuerdo se le entregó estratégicamente a las directoras de Bijoutix, a los representantes de Hogar Bambi y a la artista encargada de la ilustración del producto, siendo ellos los principales comprometidos con la labor desempeñada. (Véase Anexo C1)

4. Patrocinios y proveedores

Debido a que se trató de un proyecto universitario, para el desarrollo del evento fue fundamental el apoyo de patrocinantes y aliados, por lo que se contactó estratégicamente a proveedores que tuvieran interés en impulsar la iniciativa, a través de intercambios que beneficiaran a ambas partes.

4.1 Modelo de carta de presentación para patrocinantes

A los posibles patrocinantes se les envió una carta de presentación del proyecto, en la que se comentó explícitamente la idea, motivación, lugar y fecha de realización del evento, así como requerimientos y beneficios que le traería a la empresa el apoyo al proyecto. (Véase Anexo C2)

4.2 Modelo de constancia de patrocinio y PFC

Una vez conversado con los patrocinantes finales, se les enviaron dos cartas: una donde se hacía constar el aporte de la empresa y la garantía de beneficios acordada previamente por el equipo del PFC, y otra firmada por la facultad, donde se hacía constar que el evento Amigas por Bambi se trataba de un Proyecto Final de Carrera. (Véanse Anexos C3)

4.3 Modelo de carta de agradecimientos

Una vez finalizado el evento, se procedió a enviarle a cada uno de los patrocinantes una carta, donde se expresaron palabras de agradecimiento por el apoyo obtenido y la confianza en este tipo de iniciativas, sobre todo para lograr ayudar a un pequeño sector de la comunidad que representa el futuro del país. (Véase Anexo C4)

4.4 Base de datos de empresas. Posibles patrocinantes y finales

De acuerdo a los contactos suministrados por cada una de las integrantes del PFC, se elaboró una base de datos de empresas, con el fin de solicitar el patrocinio necesario para el evento Amigas por Bambi.

EMPRESA	PERSONA CONTACTO	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	RESPUESTA
Andreina Dona	Andreina Dona	0412-2220281	andreinadona@hotmail.com	APROBADO
Caracas Catering	Eduardo Egui	0414-3394078	eduardo.egui@caracascatering.com	RECHAZADO
Caroreña	Oscar Sanguino	0414-1761477		APROBADO
Centro Cultural BOD	Aura García	0412-3161245	ahgarcia@bod.com.ve	APROBADO
Chocolates Arcay	Anabella Berti	0412-3032427	arcaychocolates@gmail.com	APROBADO
Cucharada de Sopa	María Elena Rojas	0414-1267656	cucharadads@gmail.com	APROBADO
Diageo	Carolina Haiek		carolina.haiek@diageo.com	RECHAZADO
DJ Cayu	Carlos Julio Rodríguez	0424-1400580	cayu22@gmail.com	APROBADO
En tu eventoca	María Auxiliadora Peña	0414-1195904	entueventoca@gmail.com	APROBADO
Inversiones y Eventos La Rumba	Daniel Rangel	0416-8348546	festejos_rangel@hotmail.com	RECHAZADO
Festejos Mar	Valentina González	0212-9530022	vgonzlaez@celebre aqui.com	RECHAZADO
Grupo Loreal	Jessika Vieira	0414-1122865	vieira.jessika@loreal.com	APROBADO
Fundación Las Manos que ayudan a Jesús	Blanca Villasmil	0414-2496020		APROBADO
G3 Xpress	Alí Rebolledo	0412-2220283	clientes@g3xpress.net	APROBADO
Escultor Gerardo Fernández	Misleydi Espinoza		misleydi18@gmail.com	APROBADO
Los Galpones	Raquel Ocariz	0414-1332455		RECHAZADO
Pan	María Eulalia González	0414-2779442	mariaeulalia.gonzalez@empresa-polar.com	APROBADO
Paola Fotografía	Paola Zingg	0424-1026867	paolazingg@gmail.com	APROBADO
Pepsi y Minalba	Christopher Lozada	0414-2878648	christopher.lozada@empresas-polar.com	APROBADO
Piso Nueve	Daniela Paris	0424-1830770	info.pisonueve@gmail.com	RECHAZADO
Regina Accesorios	Regina Jiménez	0412-6253301	regina_ijimenez@hotmail.com	APROBADO
Ron Santa Teresa	Thaynet Risquez		trisquez@ronsantateresa.com	APROBADO
Ron Veroes	María Mercedes Molina	0414-1260844	mmolina@destileriaveroes.com	RECHAZADO
Sobretudo y Soluciones Láser	Fernando Amaral	0416-6225225		APROBADO
Tekesnack	Eduardo Méndez	0414-4244842	eduardoimendez@gmail.com	APROBADO
Tequechongos	Morella De Mendonca	0414-2354680	mmendonca@tequechongos.com	APROBADO
Victorinox y Lamy	Luisa Elena Henríquez	0414-1262137	lehenriquez@coral.com.ve	APROBADO

4.5 Tipo de patrocinio

Para el desarrollo del evento se logró un patrocinio no metálico basado en una relación ganar - ganar. Se contactó a las empresas que formaban parte de la base de datos previamente elaborada, con el fin de obtener un intercambio de sus productos o servicios durante la ejecución del evento, a cambio de publicidad y mención en las invitaciones, nota de prensa y durante la gira de medios. Los patrocinantes finales fueron:

Centro Cultural B.O.D

Se pautó una reunión con Aura Helena García, Vicepresidenta Ejecutiva de la Presidencia del Banco Occidental de Descuento, con el fin de obtener un espacio para la locación del evento. Tras discutirlo, la junta directiva concedió el Ala Oeste de los espacios abiertos del Centro Cultural B.O.D.

Cucharada de Sopa

Desde el inicio del proyecto se evaluó el trabajo decorativo de Cucharada de Sopa, con el objetivo de tenerlos como aliados el día del evento. Por ello se pautó una primera reunión con María Elena Rojas, directora de la empresa. Se les presentó el trabajo y se acordó el tipo de patrocinio, en este caso la decoración y montaje del evento. Tras haber aceptado la propuesta, se coordinó un segundo encuentro en el que la directiva de la empresa presentó el boceto de la decoración a utilizar. Se discutió en una mesa de trabajo con ambas partes y finalmente fue aprobada.

Grupo Coral: Victorinox Swiss Army y Lamy

Se conversó con Bill Zobel, director de la importadora Coral, con el fin de obtener ciertos obsequios de sus marcas para la ilustradora y para la actividad final realizada durante el evento, en el que participaron todas aquellas personas que

compraron el producto. Días previos al mismo se retiró por sus oficinas un reloj Victorinox Swiss Army y un juego de plumas Lamy.

Santa Teresa

Se pautó una reunión con el área de eventos especiales de Ron Santa Teresa con el propósito de obtener bebidas alcohólicas para repartir durante el evento. La propuesta fue aprobada y días antes del evento se retiró en la oficina principal, dos cajas de Ron Linaje y una caja de su reserva especial 1796.

Sobretudo y Soluciones Láser

Con esta empresa se acordó el patrocinio de las invitaciones al evento. Se les facilitó el diseño de la misma y ellos corrieron con los gastos del material y la impresión de 300 invitaciones.

Pepsi y Minalba

Se coordinó una entrevista con Christopher Lozada, gerente de eventos especiales de Empresas Polar, con el fin de obtener suministro de Pepsi y Minalba. El patrocinio fue aprobado y durante el evento se contó con tres cajas de Pepsi y una barra de Minalba Sparkling.

Grupo L'Oréal Venezuela

Esta empresa paraguas, líder mundial en productos de belleza, abrió sus puertas para apoyar el proyecto desde sus inicios. Tras una reunión con las gerentes de mercadeo de sus marcas Maybelline New York, Kérastase, Láncome, Biotherm y Designers Brands, se logró obtener intercambio de algunos de sus productos para dinámicas especiales que se pautaron durante el evento, con el fin de ofrecerles a los invitados un valor agregado por la compra de las piezas Edición Limitada. En el caso

de Maybelline New York, brindaron apoyo con un maquillador oficial de la marca, quién se encargó del maquillaje y parte del estilismo de Rebeca Moreno y las integrantes del PFC.

Escultor Gerardo Fernández

Días previos al evento se conversó con el escultor Gerardo Fernández, la posibilidad de entregar un obsequio a los colaboradores principales como muestra de agradecimiento por el apoyo brindado para el desarrollo del mismo. De igual forma, fue el encargado de obsequiar doce obras de arte para entregárselas como agradecimiento, a los principales patrocinantes.

Tekesnack

El patrocinio brindado por Tekesnack consistió en colocar sus mezclas para la elaboración de parte de los dulces ofrecidos durante el evento. Siendo un emprendimiento emergente, aportaron una caja de mezclas para tortas de chocolate y vainilla.

Chocolates Arcay

La marca artesanal de bombones, se vio atraída por el proyecto y luego de una reunión con su directora, Anabella Berti, donaron una caja con 50 chocolates, como parte de la variada mesa de postres que se les ofreció a los invitados al evento.

Tequechongos

El patrocinio brindado por Tequechongos consistió en 570 tequeños y 190 conos. De acuerdo a lo explicado por Morella De Mendonca, gerente de comercialización de la empresa, durante el evento se colocaron tres tequeños por conos, los cuales se brindaron a los asistentes.

Fundación las manos que ayudan a Jesús

Esta organización sin fines de lucro de laicos comprometidos con la iglesia católica, apoyó el proyecto brindando ayuda en trabajos manuales requeridos para el evento. Específicamente en la decoración de las invitaciones y cristalería.

P.A.N

La reconocida marca P.A.N, perteneciente al portafolio de Empresas Polar, suministró una caja de mezcla para cachapas, la cual se utilizó como parte del catering ofrecido y como parte del donativo entregado a Hogar Bambi, el 3 de marzo de 2017.

Sangría Caroreña

Esta marca fue la responsable de proveer parte de las bebidas alcohólicas repartidas el día del evento. El patrocinio consistió en una caja de Sangría Caroreña.

DJ Cayu

El Dj Carlos Julio Rodríguez, conocido como “DJ Cayu”, fue patrocinante del sonido, la musicalización y la iluminación del evento. Fue el encargado de ambientar y coordinar el mismo, durante la participación de la oradora Rebeca Moreno y la intervención de la directiva de Bijoutix , Hogar Bambi y el equipo del PFC.

Chef Aldo Claut

El chef Aldo Claut fue quien elaboró los pasapalos que se ofrecieron durante el evento Amigas por Bambi, como mini cachapas, tartaletas de ajoporro, pimentón rostizado y champiñones. Así mismo, fue el encargado de la cocina durante la ejecución del mismo.

Andreina Dona

La orfebre Andreina Dona fue contactada para que sus prendas formaran parte de las actividades especiales realizadas al final del evento, con el fin de beneficiar a todos los invitados que adquirieron el producto Edición Limitada. Dentro de las piezas obtenidas se encontraban dos collares.

Paola Zingg Fotografía

Paola Zingg, fotógrafa y estudiante de cuarto de año de la Universidad Monteávila, fue la encargada de realizar la fotografía que sirvió de base para la ilustración de las piezas Edición Limitada. Así mismo, asistió al evento para capturar imágenes de la decoración, presentación e invitados. Se quiso contar con su trabajo por ser de calidad y dedicado a la moda, además de ser un talento emergente de la UMA.

Regina Jiménez Accesorios

La orfebre Regina Jiménez, obsequió dos pulseras y un collar para colocarlos dentro de las dinámicas especiales realizadas al final del evento con los invitados que colaboraron con la compra del producto. Dentro de los regalos recibidos también se destinó uno a la tutora, Leira Prat.

G3 Xpress

Se conversó con su gerente, Alí Rebolledo, con el fin de obtener el patrocinio en el envío de materiales necesarios para la decoración del evento de lanzamiento.

5. Logística y planificación

Las labores referentes a la logística y planificación comprendieron los trámites legales, refrigerios, obsequios, decoración, equipo de sonido, acceso al evento y venta del producto.

5.1 Trámites legales

Una semana previa al evento se recaudaron los trámites y permisos necesarios en la Alcaldía de Chacao. (Véanse Anexos D)

5.2 Refrigerios

Durante el evento se contó con una variada gama de bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas. Se colocó una barra de la marca Minalba con su producto Agua Sparkling, en la que se ofreció una degustación del mismo con cáscaras de limón. En el bar se brindaron bebidas como tinto de verano con Sangría Caroreña, Cuba libre con Ron Linaje, agua y refrescos Pepsi. Por otra parte, se colocó un área self-service con agüeros de papelón con limón y limonada.

5.3 Obsequios

Se obsequió una pequeña réplica del producto Edición Limitada a todos los colaboradores y representantes de medios. Así mismo, se entregaron esculturas de Gerardo Fernández a la directiva de Bijoutix y a los patrocinantes más importantes, y un juego de plumas Lamy a la ilustradora Isabela Álvarez. Por otro lado, durante el último bloque del evento se entregaron obsequios al azar a cinco invitados que adquirieron el producto durante la ejecución del mismo.

5.4 Protocolo

Durante el evento se contó con un grupo de doce colaboradores que ayudaron en la logística del mismo. Se encargaban de recibir a los invitados, gestionar las ventas del producto Edición Limitada y apoyar en las dinámicas especiales que se realizaron durante la jornada.

5.5 Decoración

La decoración del evento estuvo a cargo de la empresa Cucharada de Sopa, desplazando un grupo de aproximadamente 15 personas, quienes realizaron tareas de montaje, arreglos florales, electricidad, entre otros. Dicho patrocinio contó con un equipo de dos camiones con todos los elementos a utilizar, tales como muebles, backing, barra, sillas e iluminación.

5.6 Equipo de sonido

El Dj Carlos Julio Rodríguez fue quien realizó el montaje del equipo de sonido, comprendido por un mezclador, una consola, tres cornetas, un bajo, una estructura con iluminación y un micrófono.

5.7 Entradas

El acceso al evento estuvo restringido a una lista de invitados. Es por ello que no se cobró ningún tipo de colaboración por la entrada. Para llevar el control del mismo, se situó a una persona en la puerta que cumpliera esta normativa.

5.8 Venta del producto

Durante el evento se contó con un espacio provisto por Bijoutix, con el fin de vender el producto Edición Limitada y contribuir con Hogar Bambi. Para esta labor se

contó con el apoyo de dos personas quienes además se encargaron de explicarle a los clientes, las dinámicas especiales a realizar por la obtención de la pieza. Para la comercialización se contó con un punto de venta suministrado por la marca.

6. Programa del evento

El evento se rigió por un cronograma dividido en tres bloques. El primero, dio inicio a las 5:30 pm. y estuvo fraccionado en las siguientes cinco entradas: la primera comprendía la inauguración e introducción a la oradora por parte del equipo del PFC. Durante la segunda, la moderadora Rebeca Moreno, explicó el proyecto y las dinámicas a realizar durante la jornada, agradeció a cada uno de los patrocinantes e invitó a la directiva de Bijoutix y Hogar Bambi, así como al equipo del PFC, a dar unas palabras, las cuales formaron parte de la tercera, cuarta y quinta entrada. El segundo bloque comenzó a las 6:30 pm. y comprendió la entrega de obsequios a las representantes de Bijoutix y Cucharada de Sopa. El tercer bloque, ejecutado a las 7:30 pm. consistió en la entrega de obsequios especiales a aquellos invitados que participaron en la compra del producto Edición Limitada. (Véase Anexo E)

7. Identidad gráfica

La identidad gráfica del evento se construyó en base a la imagen de la marca Bijoutix, quienes tienen un diseño fresco y juvenil. A partir de allí, se definió que todas las comunicaciones serían en un tono jovial y cotidiano, debido a que la colección “Entre Amigas”, elaborada por la marca, relata muchos momentos del día a día en un ambiente de amistad e informalidad. También, por ser a beneficio de los niños de la organización Hogar Bambi.

El diseño de las piezas Edición Limitada, realizado por Isabela Álvarez fue plasmado exactamente bajo su característica forma de pintar. Sin embargo, se incluyeron factores propios de la marca como los colores fucsia, rosado, vinotinto y tonos turquesa. En este sentido, la ilustración se basó en la fotografía realizada por Paola Zingg, más adelante ilustrada por Isaboleta. La imagen plasma cuatro amigas que representan el valor de la amistad, la elegancia y el estilo, sin dejar a un lado a la organización Hogar Bambi, quienes fueron simbólicamente representados con un venado a los pies de las chicas. (Véanse Anexos F1, F2, F3)

El producto fue elaborado en dos tamaños y modelos con el fin de presentar una pieza variable. Para darle mayor distinción, se le colocó una etiqueta de tela con el mismo arte de la ilustradora, en el que se escribió un texto breve con la explicación de dicha Edición Limitada. (Véanse Anexos F5, F6, F8)

A los colaboradores y equipo de prensa se les envió una réplica del producto, en un tamaño más pequeño. Ésta venía en tres modelos: dos con las imágenes plasmadas en el producto original y uno con un bambi, símbolo de la alianza con la organización benéfica. (Véanse Anexos F4, F7)

El material impreso y digital de la Edición Limitada se uniformó con dichos colores. Las invitaciones fueron hechas con la ilustración que realizó Isaboleta para lograr uniformidad en todas las comunicaciones. Los flyers, imágenes promocionales, carnet de staff y concurso para el Instagram, se manejaron de la misma forma. (Véanse Anexos F9, F10, F11, F12)

8. Presupuesto

Para el desarrollo del evento se realizó un cuadro en Excel para llevar un control de aquellos egresos que formarían parte del evento. Se dividió el cuadro en dos

columnas, una con el costo estimado y otra con el costo real. El correcto manejo de los recursos estuvo en manos de las organizadoras del evento.

Presupuesto Amigas Por Bambi

Fecha:

lunes, 24 de octubre de 16

Presupuesto Total Bs.F.700.000

LOCACIÓN/DECORACIÓN

Locación		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Centro Cultural BOD	Bs.F.180.000,00	Bs.F.80.000,00
Total	Bs.F.180.000,00	Bs.F.80.000,00

Decoración		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Servicio de decoración y ambientación con traslado "Cucharada de Sopa"	Bs.F.2.150.000,00	Bs.F.200.000,00
Materiales decorativos adicionales	Bs.F.18.679,00	Bs.F.18.679,00
Flores	Bs.F.90.000,00	Bs.F.90.000,00
Total	Bs.F.2.168.679,00	Bs.F.218.679,00

Sonido		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Musica	Bs.F.80.000,00	Bs.F.0,00
Total	Bs.F.80.000,00	Bs.F.0,00

ALIMENTOS/BEBIDAS

Bebidas		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Pepsi	Bs.F.60.000,00	Bs.F.0,00
Minalba Sparkling	Bs.F.0,00	Bs.F.0,00
Sangría Caroreña	Bs.F.72.000,00	Bs.F.0,00
Ron Santa Teresa	Bs.F.0,00	Bs.F.0,00
Vasos	Bs.F.36.000,00	Bs.F.17.000,00
Total	Bs.F.168.000,00	Bs.F.17.000,00

Comida		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Tequeños	Bs.F.73.000,00	Bs.F.0,00
Agencia de festejo	Bs.F.170.000,00	Bs.F.108.000,00
Pasapalos salados/dulces	Bs.F.300.000,00	Bs.F.300.000,00
Total	Bs.F.543.000,00	Bs.F.408.000,00

PAPELERÍA-MATERIAL POP

Material POP/Impreso		
Descripcion	Costo Presupuestado	Costo Real
Invitaciones (impresión)	Bs.F.120.000,00	Bs.F.0,00
Brazaletes de compra	Bs.F.7.200,00	Bs.F.7.200,00
Carnets staff	Bs.F.5.000,00	Bs.F.5.000,00
Sobres para estación Maybelline/Kerastase	Bs.F.3.150,00	Bs.F.3.150,00
Total	Bs.F.135.350,00	Bs.F.15.350,00

OBSEQUIOS

Material POP/Impreso		
Descripcion	Costo Estimado	Costo Real
Agradecimiento Isaboleta	Bs.F.60.000,00	Bs.F.0,00
Agradecimientos empresas patrocinantes (Obra de arte Gerardo Fernández)	Bs.F.196.000,00	Bs.F.0,00
Obsequios sorteados por la compra del producto		
Reloj	Bs.F.320.000,00	Bs.F.0,00
Accesorios Regina	Bs.F.11.000,00	Bs.F.0,00
Accesorios Andreina Dona Bijoux	Bs.F.12.000,00	Bs.F.0,00
Total	Bs.F.599.000,00	Bs.F.0,00

Total Evento Bs.F.3.874.029,00 Bs.F.739.029,00

El cuadro arrojó un costo presupuestado de Bs. 3.874.029. Sin embargo, gracias a la aporte de los patrocinantes, el costo real fue de Bs. 739.029. Es importante señalar que la directiva de Bijoutix colaboró con el pago del mismo.

9. Comunicación y promoción

El plan de comunicación del evento comenzó en el Instagram de la marca, @Bijoutix, a través de un concurso, donde el ganador obtendría un pase de cortesía al lanzamiento y una pieza Edición Limitada. Para el evento se convocó a Ocean Drive, De Noche en Caracas y Caraota Digital, con el fin de cubrir parte de la jornada. Dos semanas posteriores al mismo se dio inicio a una gira de medios, la cual comprendió programas de radio y televisión.

9.1 Base de datos de medios

De acuerdo a los contactos suministrados por cada una de las organizadoras del evento, se elaboró una base de datos estratégica de medios de comunicación, con el fin de solicitar cobertura y entrevistas para promocionar las piezas Edición Limitada. (Véase Anexo G1)

MEDIO	PERSONA CONTACTO	TELÉFONO	CORREO
Agenda Onda	Catherine Medina	0414-3382755	camedina@ondalaserestacion.com
Caraota Digital	Gerardo Hernández	0412-3077626	gerardoehm93@gmail.com
De Noche en Caracas	Jorge Fenández	0414-8090414	jorge@denocheenccs.com
Gladys Rodríguez	Mariel Rodríguez	0412-5774359	mrodriguez@exitosfm.com
Graciela Beltrán Carías	Cristina Brunetti	0412-5865653	cbrunetti@ondalaserestacion.com
Mujeres en Todo	Johanny Mujica	0424-8411419	johannymujica@gmail.com
Ocean Drive	Anabelly Espino	0414-3300223	odvenezuela98@gmail.com

9.2 Plan de medios

El plan de medios se dividió en dos partes: aquellos convocados durante el evento y aquellos donde se acudieron posterior a éste, con el fin de promocionar el producto Edición Limitada.

9.2.1 Plan de medios durante el evento

Al evento asistieron los portales Caraota Digital y De Noche en Caracas, así como la revista OceanDrive, con el fin de capturar y reseñar las actividades y detalles de la jornada.

El portal web de eventos, De Noche en Caracas, narró parte del lanzamiento, a través de una fotografía colgada en su Instagram @denocheenccs. El equipo de Caraota Digital le realizó una entrevista audiovisual al grupo del PFC, la cual fue divulgada en su página, el día 4 de noviembre de 2016. En la misma se mostró el producto Edición Limitada y su aporte a Hogar Bambi. Por su parte, Ocean Drive envió a un fotógrafo con el fin de capturar diversas imágenes, impresas en la revista del mes de diciembre. (Véanse Anexos G2, G3, G4)

9.2.2 Plan de medios posterior al evento

Dos semanas después del evento se realizó una gira de medios por tres programas de radio y uno de televisión, en el cual acudían dos representantes del PFC y una de Bijoutix.

9.3 Estrategia promocional

Por ser un evento privado, se decidió hacer la promoción después del día del mismo, con el objetivo de dar a conocer el producto Edición Limitada, y así recaudar un mayor donativo para la organización. Dicha estrategia se llevó a cabo a través del

Instagram de la marca @Bijoutix acompañada de una gira de medios en los programas de: Graciela Beltrán Carías, Agenda Onda con Rocío Higuera, Gladys Rodríguez y Mujeres en Todo.

La estrategia promocional también contó con la publicación en redes sociales, de personalidades de medios de comunicación. La oradora Rebeca Moreno colocó un video a través de la red social Snapchat con la invitación del evento y el detalle otorgado a los colaboradores. Así mismo, durante el evento publicó imágenes tanto en Snapchat como en Instagram. Por su parte, Daniela Kosán, colgó en su Instagram imágenes respectivas a la pieza Edición Limitada capturadas en el Bazar de Fundaprocura en el Caracas Country Club. Rocío Higuera también colocó una imagen en su Instagram fotografiada durante la entrevista en su programa de radio, donde se aprecia el producto. (Véanse Anexos H1, H2, H3)

CAPÍTULO IV

1. Evento

El evento, titulado Amigas por Bambi, se realizó el lunes 24 de octubre en los espacios abiertos del Ala Oeste del Centro Cultural B.O.D. (Véanse Anexos M)

1.1 Convocatoria

Para el lanzamiento del producto Edición Limitada, se convocaron 300 personas. Debido a que se evaluó el margen de inasistentes a un evento, se invitó una cantidad mayor a las personas estipuladas. El mismo fue diseñado para que asistieran alrededor de 250 invitados, logrando la presencia de 190 asistentes.

Las invitaciones se dividieron entre los participantes del proyecto: 70 para Bijoutix, 70 para Hogar Bambi y 40 para cada una de las integrantes del PFC. El límite de invitados por entrada fue de tres personas, controladas a través de una lista manejada por un miembro del protocolo, en la puerta del evento. (Véase Anexo I)

1.2 Montaje

El montaje de la decoración comenzó a las 7:00 am. y estuvo a cargo de un staff contratado por Cucharada de Sopa, quienes fueron los encargados de montar los backings, colocar el follaje, el mobiliario y demás elementos decorativos.

Durante la mañana también se realizaron las pruebas de sonido con el DJ Cayu y el montaje del stand de Bijoutix, clave para la venta y exhibición del producto Edición Limitada. (Véanse Anexos J)

1.3 Maquillaje y estilismo

El maquillaje y estilismo de las organizadoras, así como de la oradora Rebeca Moreno, se realizó tres horas previas al evento y estuvo a cargo de Juan Aponte, maquillador oficial de Maybelline New York.

1.4 Acceso de invitados

A las 4:30 pm. se abrieron las puertas del Ala Oeste del Centro Cultural B.O.D, permitiendo así el acceso a todos los invitados, quienes pudieron degustar pasapalos, postres y bebidas, así como disfrutar de una música acorde al ambiente, mientras esperaban por la inauguración formal del evento.

1.5 Palabras inaugurales

Bajo un guion establecido y previamente discutido, la periodista Rebeca Moreno se encargó de dar las palabras inaugurales, a las 5:30 pm. Durante su locución explicó la finalidad del proyecto, agradeció a cada uno de los patrocinantes e invitó a cada uno de los participantes a dar unas palabras. Así mismo dio inicio formal y apertura a la venta del producto Edición Limitada. (Véase Anexo K)

1.6 Venta del producto

La venta de las piezas se mantuvo hasta las 7:30 pm., en paralelo a las demás actividades llevadas a cabo durante el evento. Se realizaron a través de un punto de venta suministrado por Bijoutix. El monto del estuche pequeño fue de Bs. 11.000, y el del estuche grande Bs. 15.000.

Al obtener uno o más productos se le daba al cliente un brazalete que debía llevar el número de estuches adquiridos. Con dicho comprobante, el cliente podía pasar al área de obsequios donde participaba en una dinámica para obtener un regalo de la

marca Kérastase o Maybelline. Así mismo se le otorgaba un papel donde debía colocar su nombre, cédula, teléfono y número de brazalete, con el fin de participar por regalos especiales. Se entregaban tantos papeles como cantidad de piezas obtenidas y se colocaba dentro de un biombo, suministrado por Bingo Manía. (Véanse Anexos L1, L2, L3)

Durante el evento se logró una venta total de las piezas llevadas por Bijoutix, siendo un total de 89 unidades, 51 piezas pequeñas y 38 grandes.

1.7 Entrega de reconocimientos y obsequios

Una vez finalizada la venta, a las 7:30 pm., el equipo organizador entregó un reconocimiento a la directiva de Bijoutix, a la gerencia de Cucharada de Sopa y al escultor Gerardo Fernández. Posteriormente y de forma al azar, tres niños asistentes al evento, tomaron cuatro papeles de la caja colocada en el punto de venta, con el fin de nombrar los ganadores de regalos otorgados por algunos de los patrocinantes:

Lugar	Obsequio	Nombre del ganador
4to lugar	Pulsera Regina Accesorios	Teresa Marrero
3er lugar	Collar Andreina Dona Bijoux	María Eugenia Lascurain
2do lugar	Dama: Kit Grupo L'Oréal	Giovanna De Castillo
	Caballero: Kit Grupo L'Oréal	Eduardo Méndez
1er lugar	Reloj Victorinox Swiss Army	María Daniela García

CAPÍTULO V

1. Post - evento

Posterior al evento se realizaron diferentes actividades como gira de medios, entrega de donativos y actividad de cierre con los niños de Hogar Bambi.

1.1 Envío de nota de prensa

Una semana posterior al evento se envió una nota de prensa a los productores de diferentes programas de radio y televisión, con el fin de conseguir una entrevista, para promocionar el producto Edición Limitada. (Véase Anexo N1)

1.2 Gira de medios

Dos semanas después del evento se realizó una gira de medios por tres programas de radio y uno de televisión, en el cual acudían dos representantes del PFC y una de Bijoutix.

El viernes 11 de noviembre de 2016 se realizó la primera entrevista en el programa de Graciela Beltrán Carías, transmitido a las 3:00 pm., por Onda La Superestación. La transmisión se realizó en los espacios del Urban Cuplé del CCCT, durante el Bazar de Invedin, donde Bijoutix se encontraba como expositor, vendiendo además de sus productos, la pieza Edición Limitada. (Véase Anexo N2)

El martes 15 de noviembre de 2016, la invitación fue al programa Agenda Onda, conducido por Rocío Higuera y transmitido por Onda La Superestación, a las 7:00 pm. La gira radial culminó el viernes 18 de noviembre en la transmisión de Gladys Rodríguez, por Circuito Éxitos, a la 1:00 pm. (Véanse Anexos N3, N4)

Así mismo, el equipo asistió a una última entrevista el 15 de diciembre de 2016, en el programa Mujeres en Todo, transmitido por Globovisión a las 9:00 am. La conducción estuvo a cargo de Alba Cecilia Mujica, quien mostró en vivo los modelos del producto Edición Limitada. (Véanse Anexos N5)

1.3 Entrega del primer donativo

El 7 de diciembre de 2016, se entregó la primera parte del donativo, a través de un depósito bancario, por un monto de Bs. 550.000. Mediante un correo electrónico se le hizo llegar el comprobante del mismo a Francisco Segnini, director de RRH y recaudación de Hogar Bambi. (Véase Anexo O1)

1.4 Entrega del segundo donativo y actividad de cierre en Hogar Bambi

El viernes 3 de marzo de 2017 se entregó la segunda parte del donativo, por un monto de Bs. 1.550.000. Para cerrar el proyecto, el mismo día se llevó a cabo una actividad especial con 75 niños de Hogar Bambi. La misma fue organizada por el equipo del PFC, la directiva de Bijoutix y la directiva de la institución. Tuvo lugar en Hogar Bambi Enlace, desde las 2:00 pm. hasta las 5:00 pm. En ella se contó con un equipo recreacional, encargados del montaje de una cama elástica y de un colchón inflable, así como de la ejecución de actividades dinámicas para niñas y niños entre 2 y 12 años. Durante la jornada también se contó con alimentos y bebidas donados por colaboradores, tales como: tortas, cotufas, perros calientes, helados, algodón de azúcar y jugos.

Con el objetivo de darle un cierre formal al proyecto, se le entregó un cheque simbólico a la directiva de Hogar Bambi, por un monto de Bs. 2.100.000, total del donativo recaudado con las ventas de las piezas Edición Limitada. (Véanse Anexos O2, O3)

1.5 Medición del evento

Para medir la efectividad del evento de lanzamiento se realizó una comparación entre la cantidad de piezas producidas y la cantidad vendida. Se hizo lo propio con el monto entregado en cada uno de los donativos.

CANTIDAD PRODUCCIÓN DÍA DEL EVENTO

SOLD OUT

38

Estuches grandes

51

Estuches pequeños



CANTIDAD DE PRODUCCIÓN TOTAL

200

Estuches grandes

250

Estuches pequeños



CANTIDAD DE VENTAS TOTAL

123

Estuches grandes

142

Estuches pequeños



DONATIVO

Bs.
550.000

Primer donativo

Bs.
1.550.000

Segundo donativo

TOTAL

Bs. 2.100.000



CONCLUSIONES

Al analizar los resultados obtenidos durante la realización del evento de lanzamiento de un producto Edición Limitada a beneficio de Hogar Bambi, se obtienen las siguientes conclusiones:

- El emprendimiento y el talento venezolano es valorado por la sociedad del país. Por ello se decidió trabajar de la mano de una marca artesanal y una ilustradora emergente.
- Producto de la situación actual del país, el venezolano continúa siendo sensible a causas benéficas. Esa fue la principal razón de las ventas de las piezas Edición Limitada.
- Si se desea trabajar a beneficio de una institución benéfica, es recomendable que ésta tenga gran trayectoria y valores consolidados, con el fin de que el donativo sea bien destinado.
- Es necesario contar con cierto poder adquisitivo, para comprar una pieza de calidad y recién lanzada al mercado.
- La ayuda de patrocinantes es fundamental al momento de realizar un evento de lanzamiento. Sin su colaboración no es rentable llevar a cabo el montaje de un proyecto de excelente calidad.
- Al momento de establecer la cantidad de producción de una pieza nueva, se debe tomar en cuenta la elaboración de productos similares, confeccionados por la marca con anterioridad.
- El trabajo en equipo, la organización y la buena relación con los participantes

aliados es clave al momento de ejecutar un evento de lanzamiento. Es importante la colaboración de cada una de las partes.

- La convocatoria de medios de comunicación, así como una gira de medios es importante al momento de promocionar un producto recién lanzado al mercado.
- Es importante contar con una oradora que vaya de la mano con el proyecto. Por ello se contactó a Rebeca Moreno, periodista venezolana, sensible a causas benéficas e impulsora del emprendimiento venezolano en materia de organización de eventos.
- El pensum estudiado durante la carrera fue desarrollado en la mayoría de las estrategias aplicadas en el proyecto.
- La asistencia a programas de radio y televisión generó un gran aprendizaje dentro de nuestro desarrollo profesional.
- El valor fundamental a la hora de llevar a cabo un evento de lanzamiento es la constancia. A pesar de las dificultades presentadas en el camino se trabajó por la meta establecida desde un comienzo. (Véanse anexos P)

RECOMENDACIONES

A continuación se presentan una serie de recomendaciones por parte del equipo del proyecto:

A la Universidad Monteávila:

- Se recomienda impartir una electiva de “Producción de eventos” en el 3er o 4to año de la carrera, con el fin de que aquellos alumnos que deseen desarrollar uno como parte de su PFC, tengan los conocimientos necesarios y requisitos que deben tomarse en cuenta a la hora de producirlo.
- Con el fin de tener los conocimientos frescos acerca de la redacción de un manual de PFC, se recomienda impartir una materia similar a Investigación Documental, en el 4to año de la carrera. De esta manera será mucho más sencillo la escritura del mismo.

A futuros organizadores de eventos de lanzamiento a beneficio de una causa benéfica:

- Desarrollar una pieza con un diseño comercial, con el fin de alcanzar un mayor número de ventas destinadas a la institución benéfica con la que se desee trabajar.
- Trabajar con una producción inicial pequeña, para lograr el total de las ventas y evitar que la marca se quede con excedente de las piezas.
- Para simplificar la producción del evento, se recomienda realizarlo en una locación que cuente con servicios necesarios como cocina, mesoneros y elementos decorativos.

REFERENCIAS

Al momento de llevar a cabo el PFC, se tomaron como referencias proyectos similares, cuyas ediciones especiales fueron destinadas a una causa benéfica.

La diseñadora venezolana Carolina Herrera presentó en el 2014 una pulsera diseñada en colaboración con la organización Project Paz, la cual defiende a las mujeres de Ciudad Juárez de los peligros de los carteles de droga y de la violación y asesinato sistemático. El diseño que se llevó a cabo fue sencillo, pero a la vez elegante, en cuero azul y con letras plateadas, el cual incluía las iniciales de la marca, el nombre del país (México) y de la organización. Las ventas del producto brindaron un aporte significativo al trabajo realizado por Project Paz.

La marca venezolana Tarbay y Senosayuda, realizaron una actividad similar al unirse en el 2015 para tomar conciencia sobre un problema que afecta a gran parte de las mujeres a nivel mundial: el cáncer de mama. Durante el proyecto, denominado “Dos trazos para Senosayuda”, se diseñaron cuatro carteras con obras de dos grandes artistas venezolanos: Oswaldo Vigas y Pedro León Zapata, creando así conciencia y recaudando fondos para la prevención de la enfermedad. El objetivo principal del mismo era recolectar un total de 9400 mamografías, con la participación y adquisición de cualquiera de las piezas.

Por su parte la marca relojera suiza, Hublot, y el diseñador brasilero, Romero Britto, se unieron con la Asociación contra la Distrofia Muscular de Mónaco en el 2015 para crear un reloj de máxima capacidad innovadora, donde se combinó el arte tradicional del esmaltado con el pop art y el cubismo contemporáneo del artista. El producto, denominado “Classic Fusion”, fue creado con motivo de la sexta edición de la subasta Only Watch. Desde el 23 de septiembre del mismo año, la exposición itinerante Only Watch 2015 realizó una gira mundial previa a la subasta que se celebró en Ginebra el 7 de noviembre. Todo el dinero recaudado se donó para financiar la

investigación médica sobre la distrofia muscular de Duchenne (DMD).

Durante la redacción del manual del PFC se tomaron en cuenta las siguientes referencias electrónicas:

- *Lanzamientos productos*. [Versión electrónica]. Marketing & Communications. Recuperado el 26 de enero de 2017, de <http://www.mkt360.es/consultoria-de-eventos/lanzamiento-y-promocion-de-productos-o-servicios/>
- *¿Qué hacemos? En Hogar Bambi*. [Versión electrónica]. Hogar Bambi Venezuela. Recuperado el 26 de enero de 2017, de <http://hogarbambi.org>