



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN  
E INFORMACIÓN

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

**MujerON  
PRODUCCIÓN DE EVENTO**

**Autores:**

Isabella Briquet  
Andreína Coll  
Alejandra Quintana

**Profesor Coordinador:**

Rubén Rodríguez

**Caracas, 22 marzo de 2019**

## ÍNDICE

|              |  |           |
|--------------|--|-----------|
| <b>I.</b>    | <b>DEDICATORIA.....</b>  | <b>2</b>  |
| <b>II.</b>   | <b>AGRADECIMIENTOS.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>III.</b>  | <b>RESUMEN.....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>IV.</b>   | <b>PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....</b>                              | <b>5</b>  |
| <b>V.</b>    | <b>ESTRATEGIA.....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>VI.</b>   | <b>PROPUESTA.....</b>  | <b>8</b>  |
|              | <b>1. Manual de producción.....</b>                                | <b>8</b>  |
|              | <b>2. Cronograma de las etapas de realización del evento.....</b>  | <b>8</b>  |
|              | <b>3. Pre-evento.....</b>  | <b>11</b> |
|              | <b>a) Público Meta.....</b>  | <b>11</b> |
|              | <b>b) Día, fecha y lugar del evento.....</b>                       | <b>12</b> |
|              | <b>c) Comités de trabajo.....</b>                                  | <b>12</b> |
|              | - Comité de Finanzas, Logística y Protocolo.....                   | 12        |
|              | - Comité de Participantes.....                                     | 12        |
|              | - Comité de Identidad y Comunicación.....                          | 13        |
|              | <b>d) Participantes.....</b>                                       | <b>13</b> |
|              | - Modelo de carta de presentación para participantes.....          | 13        |
|              | - Modelo de carta de agradecimiento para participantes.....        | 13        |
|              | - Base de datos de participantes.....                              | 13        |
|              | - Currículos de participantes.....                                 | 15        |
|              | <b>e) Patrocinios y Proveedores.....</b>                           | <b>16</b> |
|              | - Modelo de carta de presentación para patrocinantes.....          | 17        |
|              | - Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes.....        | 17        |
|              | - Base de datos de empresa (posibles patrocinantes y finales)..... | 17        |
|              | <b>f) Logística y planificación.....</b>                           | <b>18</b> |
|              | - Refrigerio.....  | 19        |
|              | - Obsequios.....   | 19        |
|              | - Protocolo.....   | 20        |
|              | - Decoración.....  | 20        |
|              | - Equipos audiovisuales.....                                       | 22        |
|              | - Entradas.....  | 22        |
|              | <b>g) Programa del evento.....</b>                                 | <b>23</b> |
|              | <b>h) Identidad gráfica.....</b>                                   | <b>23</b> |
|              | <b>i) Presupuesto.....</b>   | <b>24</b> |
|              | <b>j) Comunicación y promoción.....</b>                            | <b>27</b> |
|              | - Plan de medios.....  | 27        |
|              | - Estrategia promocional.....                                      | 28        |
|              | <b>4. Evento.....</b>  | <b>29</b> |
|              | <b>5. Post-evento.....</b>   | <b>30</b> |
| <b>VII.</b>  | <b>CONCLUSIONES.....</b>   | <b>32</b> |
| <b>VIII.</b> | <b>RECOMENDACIONES.....</b>  | <b>34</b> |
| <b>IX.</b>   | <b>ANEXOS.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>X.</b>    | <b>REFERENCIAS.....</b>  | <b>77</b> |

## **I. DEDICATORIA**

A todo aquel que sigue apostando por Venezuela.

A todas las personas dispuestas a ayudar al otro sin la necesidad de obtener algo a cambio.

A las mujeres emprendedoras, motivadoras, exigentes y apasionadas, capaces de liderar y construir un mejor futuro para nuestro país.

A las mujeres que buscan conducir su vida al siguiente nivel tanto en lo personal como en lo profesional.

A los hombres que entienden y apoyan que el empoderamiento femenino no es solo tarea de la mujer.

## II. AGRADECIMIENTOS

De parte de todo el equipo de MujerON, estamos infinitamente agradecidos con todas las personas que, desinteresadamente, nos apoyaron a plasmar la idea que teníamos para nuestro evento, hasta hacerla realidad. Nos llena de felicidad y orgullo saber que nuestro país está repleto de gente buena, dispuesta a ayudar y que apuesta día a día por Venezuela. Haber recibido tan buena respuesta de tantas personas, nos inspira y nos motiva a seguir luchando por que nuestros sueños se cumplan aquí, en Venezuela.

Queremos hacer un agradecimiento especial a:

La fundación Alimenta Venezuela, por habernos enamorado con sus proyectos y por abrirnos las puertas para aportar nuestro granito de arena.

La Universidad Monteávila, por retornos día a día a convertirnos en mejores profesionales a través de actividades enriquecedoras, como el Proyecto Final de Carrera.

Flash Runway, por haber confiado en nosotros para la producción de MujerON.

Camping Shangrilá, por haber compartido con nosotros ese espacio mágico y lleno de buenas energías.

Marlis Durán y Lisbeth Figueira, por transmitirnos su pasión y llenarnos de las mejores vibras con las clases de yoga y meditación.

Clarissa Egaña, Ruth Sánchez-Bueno, Natasha Quintana, Daniela González y Natalia Rosal, por inspirarnos con sus palabras a seguir haciendo lo imposible.

Las marcas Port De Bras, Sunala Swimwear, Mandala Accesorios y Hatsy Artsy, por habernos acompañado con sus bellísimos productos, hechos en Venezuela.

A nuestros talentosos patrocinantes, que creyeron en nosotros e hicieron posible MujerON.

A nuestro tutor, Rubén Rodríguez, por apoyarnos y guiarnos durante todo este gran recorrido.

A nuestras familias, que nos han apoyado de forma incondicional durante toda la carrera.

### **III. RESUMEN**

El 16 de febrero del 2019 se llevó a cabo la producción del Proyecto Final de Carrera MujerON. Un encuentro de actividades enriquecedoras y entretenidas, a beneficio de la fundación Alimenta Venezuela, específicamente para su Proyecto Nodrizas, el cual tiene como objetivo alimentar a mujeres en período de lactancia y garantizar así tanto la nutrición de las madres como la de sus bebés, para luego capacitarlas en distintas áreas de trabajo.

El evento fue realizado para incentivar la participación, divulgación y promoción de la Fundación Alimenta Venezuela y la plataforma digital Flash, con el objetivo de crear un efecto multiplicador en la sociedad y servir de referencia para futuras iniciativas entre las distintas empresas y la fundación.

MujerON recibió aproximadamente a ochenta invitados, quienes fueron testigos de una mañana llena de vida y buena energía. El evento inició con una clase de yoga y meditación donde las personas despejaron su mente y conectaron con la naturaleza en un ambiente fresco al aire libre, como lo es el Camping Shangrilá. Seguidamente se ofreció un desayuno y una mesa de postres, para luego escuchar las historias de cada una de las ponentes, quienes compartieron sus experiencias, consejos y opiniones, sirviendo de inspiración para despertar la motivación y el entusiasmo de la audiencia. Hoy más que nunca deben existir actividades como esta, que nos hagan creer en nosotros mismos y de la misma manera concientizar a las personas de que sí existe un mejor futuro para Venezuela, pues la crisis social, económica y política ha otorgado las herramientas necesarias para hacer al venezolano cada vez más fuerte.

#### **IV. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

El deterioro de la situación alimentaria y de salud en Venezuela se ha profundizado desde el año 2014, a raíz de lo cual los indicadores de nutrición han exhibido cifras nunca antes vistas en Venezuela, especialmente en los sectores más populares del país.

Como respuesta a la situación de vulnerabilidad económica que enfrentan las madres venezolanas en período de lactancia, surge el Proyecto Nodrizas perteneciente a la fundación Alimenta Venezuela. Una iniciativa que garantiza alimentación balanceada a las madres; enriqueciendo, con ello, la leche materna que suministran a sus hijos. Además de nutrición, Proyecto Nodrizas brinda atención médica. También, ofrece formación a las jóvenes madres, en áreas como empoderamiento femenino e inserción laboral, lo que se traduce en una asistencia integral y temprana en el proceso de crianza de sus hijos.

Motivadas por la labor de Alimenta Venezuela y con la intención de seguir multiplicando los esfuerzos de este proyecto, surge MujerON. Un evento que buscó incentivar la participación, divulgación y promoción de la fundación Alimenta Venezuela, con el objetivo de ser referencia para futuras iniciativas con la fundación. El evento brindó a los invitados una mañana llena de vida y buena energía mientras se creaba un estrecho vínculo con la causa de la Fundación.

Asimismo, se logró mostrar el lado humano de la empresa Flash Runway y su interés por colaborar en actividades sociales.

## V. ESTRATEGIA

Antes de comenzar a trabajar en el proyecto se definió una estrategia a seguir, con el fin de organizar el equipo, tener un plan de acción y optimizar los resultados. Para definir el plan, se empezó por evaluar los pros y contras de cada uno de los formatos posibles de Proyectos Finales de Carrera que permite la Universidad Monteávila, a modo de escoger el más conveniente para el grupo. Se tomaron en cuenta las cualidades, fortalezas y experiencias de los integrantes, la viabilidad de los proyectos, los contactos personales y las facilidades que de una u otra forma se tenían. Después de analizar cada modalidad, se decidió escoger la producción de un evento.

Una vez escogida la modalidad, se realizó una lluvia de ideas con el objetivo de crear y definir el concepto del evento. Solidaridad, empoderamiento, poder femenino, moda y emprendimiento fueron algunos de los puntos en común de la actividad. En esa misma reunión se escogió el beneficiario del proyecto; la fundación Alimenta Venezuela, específicamente el Proyecto Nodrizas. Del mismo modo se decidió buscar el apoyo de alguna iniciativa en el mundo de la moda, para facilitar el contacto con las marcas y la convocatoria al evento, de ahí surgió la idea de producir un evento para la plataforma Flash Runway. Se escogieron Flash Runway y la fundación Alimenta Venezuela por tener relación muy cercana con las tesistas.

Al tratarse de un evento a beneficio de una fundación, se estableció como objetivo gastar la menor cantidad de dinero posible, de manera que el mensaje tuviera coherencia. Se buscó hacer un evento sencillo, pero de impacto. Se redactó una lista de posibles proveedores que patrocinaran el evento a través de productos y servicios, y se hizo el acercamiento a través de redes sociales, correo electrónico, WhatsApp y llamadas telefónicas. La solicitud tuvo muy buena receptividad una vez que se explicó el proyecto a los patrocinantes.

Acto seguido se plantearon las propuestas de ubicación para el evento: el gimnasio FitBox, el Country Club de Caracas, el Camping Shangrilá y el salón del gimnasio VIP. Shangrilá siempre fue la primera opción, tanto por sus mágicos espacios como por la relación de las tesistas con las dueñas. De esta manera, se presentó el proyecto a las dueñas del campamento y accedieron llevar a cabo MujerON en sus espacios.

Al tener confirmado los espacios y varios de los patrocinantes, de la mano con Flash Runway, se seleccionaron las cuatro marcas que venderían y enseñarían sus productos en el evento. Se escogieron marcas de mujeres emprendedoras que fomentan el estilo de vida saludable y tienen impacto social: Port De Bras, Sunala Swimwear, Mandala Accesorios y Hatsy Artsy.

El siguiente paso fue seleccionar cinco mujeres empoderadas, emprendedoras, con conciencia social, que compartieran con el público sus experiencias y sus razones para seguir apostando y generando valor en Venezuela. Se buscó hacer un grupo variado con ponentes que tuvieran información que aportar en distintas áreas. Con la ayuda de Flash Runway, se seleccionaron las mismas y se hizo el contacto con las ponentes de MujerON, entre ellas tenemos a:

- **Clarissa Egaña**, fundadora y directora creativa de Port De Bras.
- **Natasha Quintana**, fundadora de la fundación Alimenta Venezuela.
- **Ruth Sánchez-Bueno**, directora de RSB Swimwear y Coach Ontológico.
- **María Carina El Masri**, fundadora de Flash Runway.
- **Daniela González y Natalia Rosal**, nutricionistas del equipo NutriWhite.

Para la clase de Yoga, se trabajó con Marlis Durán y Lisbeth Figueira, profesoras certificadas por el YTT y la institución All You Can Yoga. Tras conversar con ellas, se acordó que guiarían una práctica multinivel de 45 minutos y cerrarían con una meditación de 15 minutos. Ambas trabajaron a beneficio del evento.

En cuanto se tuvo confirmado el lugar, la hora, la fecha, el target, las marcas, los patrocinantes y las ponentes, se empezó a trabajar en la campaña publicitaria. Al tratarse de un evento para las clientas de la plataforma Flash Runway, las publicaciones se hicieron a través del Instagram de la marca. Se creó un “look and feel” de 15 publicaciones con toda la información del evento. Para llevar el control de los invitados y recaudar una base de datos para la marca, se trabajó con un formulario de TypeForm, el cual debían llenar los interesados en asistir. El link del formulario se colocó en la biografía del Instagram de Flash y se envió por WhatsApp a personas cercanas a las tesistas. La publicidad se empezó 16 días antes del evento; y para asegurar la asistencia de las personas que se habían registrado con anticipación en el formulario, se envió un correo de recordatorio a la base de datos recaudada, con toda la información relevante del evento.

Los tres días previos al evento, fueron dedicados al montaje y a la decoración de MujerON, evitando tener que improvisar al llegar el día de la convocatoria. El 16 de febrero, las tesistas prepararon los últimos detalles en el Camping Shangrilá desde las 6:30 de la mañana.

Durante el evento, las tareas se dividieron entre las anfitrionas y los voluntarios de protocolo.

Al finalizar el evento, se recogieron los espacios, se contaron los kilogramos aportados y se hizo seguimiento del contacto establecido entre las marcas y las ponentes con la fundación; Ruth Sánchez-Bueno y Clarissa Egaña propusieron ser embajadoras del Proyecto Nodrizas a través de talleres de capacitación de personal.

Como consecuencia positiva adicional, las profesoras de yoga fueron contactadas por cuatro invitadas para clases particulares, Flash Runway aumentó 150 seguidores aproximadamente en la plataforma de Instagram y varios de los patrocinantes fueron contactados para pedidos, después de que los que asistieron al evento probaron sus productos.

## VI. PROPUESTA

### *Manual de producción*

Inicialmente se decidió la temática del evento e inmediatamente se contactó a la marca Flash Runway para que fuera aliada y patrocinante principal del mismo. Una vez aceptada la propuesta por parte de la marca, se definió la locación, el target específico de invitados y la cantidad de personas que asistiría al mismo, para luego comenzar a buscar patrocinantes y participantes que fueran de la mano con el concepto de MujerON. Pues, no se quería únicamente obtener productos gratuitos de las marcas sino también crear un vínculo con las mismas para que estas tuvieran una participación especial tanto en el evento como en la fundación Alimenta Venezuela.

El siguiente paso fue decidir el tipo de invitación que se realizaría, pensando opciones que fueran más allá del dinero, pero siempre en busca de lo que aportara mayores beneficios para la fundación.

Por último, se realizó una lista detallada de cada una de las cosas que se necesitaría para llevar a cabo el proyecto y se planteó una serie de metas con fechas concretas, con el fin de organizar con anticipación y lograr llevar a cabo el evento de manera exitosa. Asimismo, se planteó una serie de obstáculos que podrían suceder el día del evento, para tener pensadas y prevenidas las posibles soluciones a los mismos.

### **Cronograma de las etapas de realización del evento**

Se planteó una serie de objetivos con fechas específicas a realizar, de manera que existiera una mayor organización y no se escapara ninguna tarea importante por hacer. A continuación, se presenta el cronograma llevado a cabo para lograr de manera exitosa cada una de las etapas de producción del evento MujerON.

*Tabla 1. Cronograma para la realización del Proyecto Final de Carrera*

| Cronograma Proyecto Final de Carrera |   |           |
|--------------------------------------|---|-----------|
| Etapas                               | Actividad                                 | Fecha     |
|                                      | Confirmación de tutor:<br>Ruben Rodríguez | 12/Jun/18 |

|                |   |             |
|----------------|---|-------------|
| Pre-producción | Reunión con tutor   | 14/Sept/18  |
|                | Reunión Facultad  | 18/Sept/18  |
|                | Cambio de Anteproyecto  | 21/Sept/18  |
|                | Revisión de Anteproyecto  | 8-10/Oct/18 |
|                | Entrega Anteproyecto  | 11/Oct/18   |
|                | Aprobación de modalidad y tema de Anteproyecto                              | 30/Oct/18   |
|                | Charla de modalidad de Eventos / Reunión con tutor: Pasos a seguir          | 1/Nov/18    |
|                | Envío de propuesta a posible patrocinante principal del evento              | 8/Nov/18    |
|                | Confirmación y reunión con patrocinante principal del evento - Flash Runway | 14/Nov/18   |
|                | Confirmación de locación y fecha del evento                                 | 15/Nov/18   |
|                | Reunión con fundación Alimenta Venezuela                                    | 22/Nov/18   |
|                | Reunión con tutor   | 30/Nov/18   |
|                | Creación de identidad gráfica y estrategia comunicacional                   | 3-16/Dic/18 |
|                | Redacción y envío de cartas a posibles patrocinantes y participantes        | 7/Jan/19    |
|                | Confirmación de patrocinios y participantes                                 | 8-20/Jan/19 |

|            |   |                |
|------------|---|----------------|
| Producción | Reunión con patrocinante principal / Visita a locación del evento | 10/Jan/19      |
|            | Reunión con tutor   | 11 y 18/Jan/19 |
|            | Reunión Ponentes / Participantes                                  | 18/Jan/19      |
|            | Confirmación Protocolo  | 18/Jan/19      |
|            | Inicio redacción trabajo escrito                                  | 19/Jan/19      |
|            | Reunión Marcas  | 21-26/Jan/19   |
|            | Reunión Facultad: Anuncio de fecha del evento                     | 22/Jan/19      |
|            | Inicio de publicaciones en RRSS                                   | 1/Feb/19       |
|            | Envío de invitación en plataformas digitales                      | 3/Feb/19       |
|            | Reunión Facultad: Solicitud de jurados                            | 5/Feb/19       |
|            | Reunión con patrocinantes / participantes en locación del evento  | 8/Feb/19       |
|            | Cierre de lista de invitados                                      | 10/Feb/19      |
|            | Montaje evento  | 11-15/Feb/19   |
|            | Reunión con tutor   | 15/Feb/19      |
|            | Entrega de comida, bebida y decoración                            | 14-15/Feb/19   |
| Evento     | 16/Feb/19   |                |
|            | Desmontaje evento   | 16-19/Feb/19   |

|                 |  |              |
|-----------------|--|--------------|
| Post Producción | Pago a protocolo /<br>trabajadores                           | 18/Feb/19    |
|                 | Conteo de donaciones<br>obtenidas                            | 18/Feb/19    |
|                 | Envío de mensajes de<br>agradecimiento                       | 18/Feb/19    |
|                 | Entrega de donativos a la<br>fundación Alimenta<br>Venezuela | 19/Feb/19    |
|                 | Resultados base de datos /<br>kg de donación                 | 19/Feb/19    |
| Redacción PFC   | Revisión de trabajo escrito<br>por parte del Tutor           | 28/Feb/19    |
|                 | Modificaciones trabajo<br>escrito                            | 14-20/Mar/19 |
|                 | Entrega de trabajo escrito                                   | 22/Mar/19    |

### *Pre – evento*

#### **a. Definir público meta**

Para definir el público general del evento se tomó en cuenta principalmente la temática del mismo. Se buscó ofrecer un lugar de encuentro para personas jóvenes con intereses similares que pudieran compartir sus experiencias. Se decidió que deberían ser hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 23 a 45 años que se caracterizaran por ser emprendedores, soñadores, divertidos y estuvieran motivados por el interés de salir adelante en tiempos de crisis, teniendo como bandera la construcción de un mejor país.

Se quiso realizar una convocatoria a una generación en donde existe la necesidad de emprender un negocio propio. De esta manera, cubriendo un gran vacío de dudas ante una situación tan complicada como lo es para un joven que inicia un negocio en Venezuela, surge MujerOn ofreciendo herramientas y testimonios reales y prácticos. Asimismo, el target se ubicó en personas de un estrato social medio que tuvieran la capacidad de aportar en el proyecto y convertirse en agentes multiplicadores de las labores que realiza día a día la fundación Alimenta Venezuela.

El objetivo principal más allá de crear conciencia se centró en realzar la importancia de la solidaridad. Ese valor por excelencia que se caracteriza por el apoyo, el respaldo y la ayuda

hacia aquellos que más lo necesiten. Actualmente la solidaridad en Venezuela debe ser la protagonista para resistir contra las adversidades que se presentan diariamente, sobre todo en los sectores más desfavorecidos.

#### **b. Definir día, fecha y lugar del evento**

El evento se llevó a cabo el día 16 de febrero en las instalaciones del Camping Shangrilá, un sitio naturalmente mágico ubicado en la capital, Caracas. El campamento cuenta con animales y hermosos paisajes verdes, propicios para salirse un poco de la rutina, descansar y despejar la mente. Los invitados pasaron un rato muy agradable y fuera de lo común.

Al empezar la planificación se estudió la posibilidad de diferentes locaciones, sin embargo, al visitar y analizar cada una de las opciones, se decidió que Shangrilá era el lugar ideal para llevar a cabo el evento, pues, iba en sintonía con la temática del mismo y representaba calidad, esa que estamos buscando en el país. El campamento es muy extenso y todas sus áreas son fascinantes, sin embargo, se habilitaron dos puntos específicos para agrupar de manera efectiva a los invitados.

La clase de yoga y meditación al aire libre, en un espacio completamente abierto junto a los sonidos de la naturaleza, convirtieron las actividades en experiencias inigualables. Posteriormente, el desayuno y la exposición de cada ponente hicieron del evento un lugar de encuentro para compartir y debatir los distintos temas. Por último, las marcas expositoras ubicadas en la parte trasera funcionaron como entretenimiento para aquellos invitados interesados en colaborar con la fundación y ver el hermoso resultado de las emprendedoras presentes.

#### **c. Comités de trabajo**

Se decidió hacer comités por áreas de trabajo, con el fin de que cada uno de los integrantes tuviera funciones específicas que estuvieran acordes a sus virtudes y capacidades. Las actividades a realizar se dividieron en tres comités, el Comité de Finanzas, Logística y Protocolo llevado a cabo por Alejandra Quintana, el Comité de Participantes por Andreína Coll y el Comité de Identidad y Comunicación por Isabella Briquet.

##### **- Comité de Finanzas, Logística y Protocolo**

Alejandra Quintana fue la persona encargada de estudiar la viabilidad de las diferentes actividades, proponiendo las acciones más apropiadas para una gestión efectiva de los fondos que serían utilizados para la realización del evento. Asimismo, fue designada para coordinar el apoyo y acompañamiento del equipo de protocolo, antes, durante y después del evento.

##### **- Comité de Participantes**

Andreina Coll fue la persona encargada de la selección de los participantes y patrocinantes del evento en cada una de sus categorías, tales como redacción de cartas de invitación y agradecimiento, seguimiento, coordinación, contacto y reuniones con los mismos. Se enfocó en analizar los currículos de cada posible

participante, buscando encontrar el más apropiado para el tipo de evento que se venía desarrollando. De la misma manera, se encargó de elaborar las bases de datos necesarias y plantear las metas a cumplir en el cronograma para poner en marcha la producción del evento.

- **Comité de Identidad y Comunicación**

Isabella Briquet fue la persona encargada del proceso de diseño, planificación y producción audiovisual antes, durante y después del evento. Algunas de sus tareas a realizar fueron la elaboración del logotipo, la propuesta gráfica para redes sociales de la marca anfitriona Flash, invitaciones digitales, folletos, papelería especial, distintivos y todo lo relacionado con material tanto impreso como digital. Isabella fue designada para el manejo de redes sociales una semana y media antes del evento (desde publicación del contenido promocional hasta atención al cliente).

#### **d. Participantes**

- **Modelo de carta de presentación para participantes**

Se realizó un acercamiento a los posibles participantes a través del envío de un mensaje por correo electrónico o por la plataforma de WhatsApp (en caso de tener relación cercana con el mismo) en el que se contaba la dinámica y la razón social del evento, así como también la causa por la que se quería la presencia y la participación especial de la persona en el mismo. Para finalizar, se cerraba el mensaje con una invitación a una reunión o una llamada, en la que se explicara a fondo el concepto del evento y se solventaran cualquier tipo de dudas acerca del mismo.

**\* Ver Anexo 1 \***

- **Modelo de carta de agradecimiento para participantes**

Al finalizar el evento, se entregó a cada uno de los participantes una carta personalizada escrita a mano, agradeciendo su participación en el mismo. Sin embargo, un día después del evento se envió un correo a cada uno de ellos, donde de manera formal se daba las gracias por haber formado parte de MujerON, por su gran apoyo y colaboración en el proyecto.

**\* Ver Anexo 2 \***

- **Base de datos de participantes (posibles participantes y finales)**

Las personas que participaron en el evento fueron dos profesoras de yoga y meditación, seis ponentes y cuatro marcas de ropa, las cuales expusieron sus productos y donaron un 5% de sus ganancias recaudadas a la fundación. También se contactó a una cantante que cerraría con alrededor de cinco canciones el evento, pero a raíz de una serie de complicaciones personales, no se pudo contar con su presencia.

A continuación, se presenta la base de datos de los participantes del evento:

*Tabla 2. Base de datos de posibles y finales participantes del evento*

| <b>Participantes del evento</b> |                               |  |                                |
|---------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|
| Nombre                          | Correo                        | Cargo  | Participación                  |
| Marlis Durán                    | Mduran3@gmail.com             | Certificada en Yoga y Meditación                     | Profesora de Yoga y Meditación |
| Lisbeth Figueira                | Lisbethfigueira@gmail.com     | Certificada en Yoga y Meditación                     | Profesora de Yoga y Meditación |
| María Carina El Masri           | info@flashrunway.com          | Directora de Flash Runway / Fundadora de Hatsy Artsy | Ponente / Showroom             |
| Natasha Quintana                | latamfdf@gmail.com            | Fundadora de Almienta Venezuela                      | Ponente                        |
| Clarissa Egaña                  | clarissaegana@gmail.com       | Fundadora de Port de Bras                            | Ponente / Showroom             |
| Ruth Sánchez Bueno              | rsbsswimwear@gmail.com        | CEO de RSB Swimwear y Coach Ontológico               | Ponente / Showroom             |
| Daniela González                | comunicaciones@nutriwhite.com | Nutricionista del equipo de NutriWhite               | Ponente                        |
| Natalia Rosal                   | comunicaciones@nutriwhite.com | Nutricionista del equipo de NutriWhite               | Ponente                        |
| Andrea Suñé                     | sunalasswimwear@gmail.com     | Representante de Sunala                              | Showroom                       |
| María Paulina Pineda            | mandalaaccesorios3@gmail.com  | Representante de Mandala Accesorios                  | Showroom                       |
| Ana Sosa                        | amma.thrive@gmail.com         | Voz principal de la banda Amma Music                 | Cantante                       |

## Currículos de participantes

### - María Carina El Masri:

Mejor conocida como “Maca“, tiene 24 años y es diseñadora de interiores egresada de la universidad de SCAD, ubicada en los Estados Unidos. Actualmente vive en Caracas y es una de las directoras de la marca Flash Runway, así como también fundadora de la marca de sombreros Hatsy Artsy. Maca es una mujer joven y emprendedora que sigue apostando e invirtiendo tiempo, pasión y dedicación en sus proyectos en Venezuela. Maca fue el principal vínculo entre Flash Runway y las tesis; juntas llevaron a cabo el proyecto y desarrollaron el concepto, la logística y el itinerario. Tratándose de un evento producido especialmente para los clientes de la plataforma, fue indispensable la participación de Maca como ponente.

### - Nastasha Quintana:

Con 34 años de edad, es una de las fundadoras de la fundación Alimenta Venezuela. Natasha es una mujer ejemplar, quien luego de terminar sus estudios en derecho en la Universidad Católica y crecer profesionalmente, decidió volver a su país a poner su granito de arena y a través de su proyecto sacar adelante a quienes más lo necesitan. Contar con Natasha fue de suma importancia para MujerON. Su presencia, como fundadora y representante de la fundación, permitió a los invitados conocer con detalle la causa que estaban apoyando con sus donaciones, así como también el duro e importante labor que realiza diariamente Alimenta Venezuela y los futuros proyectos de la iniciativa. Natasha fue un enlace directo para los invitados interesados en formar parte de la familia de Proyecto Nodrizas, apoyando la causa de distintas formas.

### - Clarissa Egaña:

Clarissa, 35 años, es una emprendedora venezolana exitosa y gran amante del yoga, que a pesar de ser abogada egresada Cum Laude de la Universidad Católica, decidió dejar de un lado las leyes y seguir su pasión por la moda y el deporte. Hoy en día es la fundadora y directora creativa de la marca de *active wear* Port de Bras, la cual ha tenido un gran crecimiento tanto nacional como internacional, siendo actualmente partícipe de grandes eventos del mundo de la moda a nivel mundial. A pesar de su reconocimiento en distintos continentes, Clarissa sigue apostando por Venezuela y dejando su nombre en alto en cada territorio. Esta joven emprendedora, enfocó su intervención en la moda sustentable y en el hecho de desarrollar conciencia a la hora de escoger un producto, teniendo en cuenta quién será el receptor del dinero pagado. Se invitó a Clarissa como ponente por el mensaje social de su trabajo, su amor por el bienestar y su gran experiencia como emprendedora en tiempos de crisis.

### - Ruth Sánchez Bueno:

Mujer talentosa y exitosa de tan solo 31 años de edad, graduada de derecho de la Universidad Católica Andrés Bello. Ruth es la CEO de la marca de trajes de baños RSB Swimwear, la cual comenzó como un pequeño negocio con una producción de 25 trajes de

baños y hoy en día es reconocida internacionalmente con ya más de 10 años en el mercado. Ruth es también Coach Ontológico, y a raíz de su pasión por el entendimiento del ser humano, ha dedicado gran parte de su tiempo no solo en pro de su marca sino también en pro al bienestar de sus empleados. Se pensó en Ruth Sánchez-Bueno, por su inspiradora historia en el mundo del emprendimiento. Ruth habló de cómo su trabajo de profundizar en el conocimiento del ser humano, la ayudó a crear una marca exitosa. Con su presencia, se buscó inspirar a los invitados a conocerse mejor y atreverse a convertir su pasión en un negocio exitoso.

- Daniela González y Natalia Rosal:

Daniela y Natalia son nutricionistas del reconocido equipo de NutriWhite. Después de formarse en el área de ciencias de la salud, específicamente nutrición, en la Universidad Central de Venezuela, se unieron al equipo de las reconocidas doctoras White. Daniela y Natalia se encargan de pasar consulta en Caracas, personalizar los planes y hacer seguimiento a los pacientes.

A fin de ofrecer contenido variado y útil, se decidió contar con la presencia de profesionales en el área de nutrición, para ofrecer información práctica para la vida de los invitados. Se pensó en NutriWhite por su larga y exitosa trayectoria en el mundo de la salud y la pérdida de peso. Las herramientas compartidas por Daniela y Natalia fueron el complemento perfecto a las experiencias de las otras ponentes, en distintos ámbitos.

- Marlis Durán y Lisbeth Figueira:

Ambas profesoras de yoga, certificadas por la academia internacional YTT. Tras la intención de profundizar su práctica, acercarse a su “yo espiritual” y compartir su pasión con muchas personas, se han ido formando como *yoguis* a través de distintas instituciones como “All You can Yoga”. Marlis se especializa en la práctica multinivel y Lisbeth en Pranayamas y meditación.

Se contactó a Lisbeth y a Marlis para darle fortaleza el concepto de bienestar de MujerON, ofreciendo una clase de yoga y una corta sesión de meditación y respiración. Ambas mujeres se caracterizan por su amabilidad, su disposición a enseñar y por sus buenas energías, por lo que su presencia fue fundamental para el desarrollo de la actividad.

**\* Ver Anexo 3 \***

### **e. Patrocinios y proveedores**

Uno de los retos más grandes a la hora de producir un evento como proyecto final de carrera, es conseguir el apoyo económico para poder llevar a cabo la iniciativa. Al tratarse de una producción a beneficio de una fundación, se buscó realizar un evento sencillo que no significara muchos gastos, a fin de lograr el mayor aporte posible para el Proyecto Nodrizas.

En primera instancia, se pensó en realizar un presupuesto en dólares, para que el proyecto no se viera afectado por la inflación, y solicitar patrocinio en especie a distintas empresas e instituciones hasta llegar al monto establecido. Sin embargo, después de analizar esta posibilidad, se descartó la idea de solicitar patrocinio monetario, considerando la dura situación económica que atraviesa hoy en día Venezuela.

Con el objetivo de alinear el patrocinio con el concepto del evento, se decidió hacer un acercamiento a distintos emprendimientos venezolanos, para que patrocinaran MujerON a través de servicios y productos. La comida, la hidratación, el espacio y gran parte de la decoración de MujerON, se llevaron a cabo gracias a muchas marcas que prestaron su apoyo, sus servicios y sus productos de forma gratuita, apoyando la iniciativa y la fundación.

#### Modelo de carta de presentación para patrocinantes

Debido a la naturaleza del evento, se decidió aproximarse a los posibles patrocinantes de una manera natural, amigable y cercana, a través del envío de un mensaje personalizado, ya fuera por correo electrónico o por WhatsApp (en caso de tener una relación cercana con la persona), que creara un vínculo de mujer a mujer y lograra captar la atención de las marcas con el simple hecho de contar la dinámica y la razón social del evento. El mensaje cerraba con una invitación a una reunión o una llamada, en caso de que la marca estuviera interesada en participar, para presentar mejor el proyecto y solventar cualquier tipo de dudas, para luego llegar a un acuerdo y tipo de patrocinio.

**\* Ver Anexo 4 \***

#### Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes

Una vez finalizado el evento, se entregó una tarjeta de agradecimiento a los patrocinantes del mismo como obsequio de salida. Sin embargo, el día después del evento, se envió un correo electrónico personalizado a cada una de las marcas, dando las gracias por haber contribuido en el mismo y por todo el apoyo y la participación recibida.

**\* Ver Anexo 5 \***

#### Base de datos de empresas (posibles patrocinantes y finales)

Para hacer posible la producción del evento, se contactó a una serie de marcas con el fin de que fueran patrocinantes del mismo, donando sus productos o servicios tanto para hacer presencia de marca como también para realizar un aporte solidario a la fundación.

A continuación, se presenta la base de datos de los patrocinantes del evento.

Tabla 3. Base de datos de los posibles y finales patrocinantes.

| Patrocinantes               |                        |                            |
|-----------------------------|------------------------|----------------------------|
| Marca                       | Contacto               | Email                      |
| Flash Runway                | María Carina El Masri  | info@flashrunway.com       |
| Port de Bras                | Clarissa Egaña         | clarissaegana@gmail.com    |
| Camping Shangrilá           | María Astrid Rodríguez | info@campingshangrila.com  |
| Jaque Mate                  | María Teresa Domínguez | materesa.dr@gmail.com      |
| La Milanesa                 | Santiago Nannini       | Snanninivelutini@gmail.com |
| Agrarius Cocina             | Inés Sucre             | info@agrariuscocina.com    |
| Pop Your Fitness            | Daniella Haon          | daniellahaon@gmail.com     |
| Yogranola                   | Carola                 | carola@yogranola.com       |
| Wannabefit Food             | Annabella Alsamarrai   | wannabefitfood@gmail.com   |
| Doralicioso                 | Doralys Guilarte       | doralicioso.ve@gmail.com   |
| La Crepiere                 | Gustavo Capiello       | capielloeventos@gmail.com  |
| Khamai Scrap                | Irene Pantin           | khamaiscrap@gmail.com      |
| Objektss                    | Jorge Coll             | jorgecoll27@gmail.com      |
| Cocomania                   | Gerardo Espinoza       | gerardoe1094@gmail.com     |
| Millenial Digital Marketing | Julio Andrew           | jandrew@supereventossa.com |

#### **f. Logística y planificación**

A continuación, se presenta la lista de elementos que fueron indispensables para poder llevar a cabo la producción del evento MujerON.

## **Refrigerio**

En cuanto a refrigerio, se contó con varios patrocinantes que generosamente aceptaron a contribuir con el proyecto.

La barra de panquecas de la reconocida marca La Crepiere, fue donada por la agencia de publicidad Millennial Digital Marketing. Se contó con 100 panquecas para 80 invitados, funcionando de plato principal.

La mesa de postres y snacks fue armada gracias al aporte de distintos emprendimientos. Para reforzar el concepto de bienestar del evento, se escogieron marcas que ofrecen alimentos saludables, sin azúcares procesados ni harinas refinadas. En frente de cada refrigerio, se colocó el logo y la información de contacto de la marca, de modo que las asistentes al evento conocieran más del emprendimiento y pudiesen seguirlos en sus redes sociales y hacer pedidos en futuras ocasiones.

Se contó con el apoyo de las marcas Wannabefit Food, Yogranola, Agrarius Cocina, Doralicioso, Pop Your Fitness, Camping Shangrilá y Jaque Mate, quienes donaron productos saludables tanto dulces como salados.

Por último, la hidratación del evento fue donada por La Milanese y el Camping Shangrilá, que a través de una variedad de bebidas lograron mantener al público satisfecho.

**\*Ver Anexo 6\***

## **Obsequios**

Se otorgaron una serie de obsequios tanto a los participantes y patrocinantes del evento, como a los invitados del mismo.

Inicialmente, se entregó en la entrada a cada uno de los invitados unas tarjetas con una frase motivadora y unas cajas pequeñas con menticas adentro, las cuales llevaban un diseño personalizado de la identidad gráfica del evento y fueron realizadas y donadas en su totalidad por la marca patrocinante Khamai Scrap. Se recibieron 90 cajas de mentas y se imprimieron 85 tarjetas en papel glasé 250 de 10.7 x 2.3 cm aproximadamente, las cuales por una cara llevaban el logo del evento y por la otra cara una frase que variaba entre *“We rise by lifting others”* y *“When woman support each others, incredible things happen”*.

**\* Ver Anexo 7.1\***

Asimismo, se mandaron a imprimir 35 tarjetas de agradecimiento en papel glasé 250 de 10.7 x 9.2 cm aproximadamente, las cuales por una cara llevaban el logo del evento y por la otra cara una frase motivadora y un mensaje de agradecimiento. Estas tarjetas fueron entregadas, junto a una caja individual de chocolates de La Praline, a cada una de las marcas patrocinantes, a los participantes, a los trabajadores de la locación, al jurado del

Proyecto Final de Carrera y a los representantes de las tesistas, como detalle de agradecimiento por haber colaborado, apoyado y participado en el evento MujerON.

**\* Ver Anexo 7.2\***

A los trabajadores del Camping Shangrilá, quienes ayudaron tanto con el montaje como el desmontaje del evento de manera gratuita, así como también con la logística del estacionamiento, se les entregó un kit de alimentos con aceite, arroz y harina pan, como forma de agradecimiento.

Por último, se entregó al tutor Rubén Rodríguez, a las seis ponentes y a la dueña de la locación, un chocolate de la marca Franceschi y una tarjeta de agradecimiento con un mensaje personalizado y escrito a mano, como muestra de afecto de parte de las tesistas para dar gracias por toda la colaboración y el apoyo brindado a lo largo del proyecto.

**\* Ver Anexo 7.3\***

### **Protocolo**

Para la logística interna del evento, se contó con el apoyo del equipo de guías del Camping Shangrilá, ya que conocen bien la infraestructura y la dinámica del lugar. El protocolo de MujerON, estuvo conformado por tres personas: una encargada de las ventas de Flash y dos encargadas de la logística del evento, para garantizar que se mantuviese el orden.

En la entrada, uno de los miembros de protocolo se encargó de darle la bienvenida a los invitados, recolectar su información personal y otorgarles el obsequio.

En la mesa de la fundación, otro miembro del equipo se encargó de recolectar los donativos traídos y de colocarlos en los barriles patrocinados por Objektss, a fin de demostrar de forma visible la ayuda y el impacto generado con el evento.

El tercer y último miembro de protocolo se ocupó de gestionar las ventas que se hicieron a través de la plataforma Flash Runway. Su tarea consistió en verificar los comprobantes de pago (en efectivo o por la aplicación Zelle), llevar registro de los productos vendidos y recolectar la información de los compradores.

### **Decoración**

Dada la belleza natural de la locación, se optó por un concepto “Natural-Rústico” de decoración. El objetivo fue resaltar la belleza que transmiten los jardines del Camping Shangrilá, siendo la fauna y la flora del lugar los protagonistas. MujerON se llevó a cabo entre guacamayas, pavos reales y una gran variedad de árboles, plantas y flores.

Las actividades del evento se desarrollaron en dos espacios del campamento; la clase de yoga tuvo lugar en “La Explanada”. Para garantizar el confort de los participantes y evitar que sus esterillas de yoga se ensuciaran, se cubrió la grama con una alfombra de grama

artificial rectangular (3x6m aproximadamente) y se colocó una tarima pequeña (2x2m aproximadamente y 1m de altura) para que las profesoras marcaran los movimientos. Se colgó una bandera de “All You Can Yoga”, la institución que formó a las profesoras, para señalar el lugar de la clase. A la izquierda de la grama artificial, se colocó un parasol blanco para generar sombra, en donde se puso una mesa de picnic, con agua y ensalada de frutas.

La parte gruesa del evento (el desayuno, el showroom y el conversatorio) se llevó a cabo en “El Caney”, un espacio circular, cubierto de cemento, rodeado de árboles y naturaleza. En El Caney se instalaron las marcas Sunala Swimwear, Mandala Accesorios y Hatsy Artsy; se colocaron tres mesas largas para que cada vendedor enseñara su mercancía y cada marca se encargó de decorar su stand.

La marca Port De Bras, con el apoyo de Edward Sitzer, creó una carpa recreando los festivales de música y yoga en Tulum, utilizando bambús y telas blancas y verdes. La mercancía de la marca se organizó dentro de ese espacio.

Para el desayuno se colocó en la grama, detrás del Caney, la barra de panquecas, la mesa de postres y la mesa de hidratación. Se organizó el sector de la comida de modo que la mesa de los postres fuese la más visible. Los snacks y dulces se distribuyeron en la mesa utilizando cestas, platos blancos y torteras, y se complementó la decoración con flores, unos labios de acrílico, una M de MujerON y unas cartulinas que identificaban la marca de cada producto, las cuales fueron realizadas y donadas en su totalidad por la marca Khamai Scrap.

Para el desayuno y el conversatorio se colocaron seis mesas redondas pequeñas, acompañadas de dos o tres sillas cada una en el área de cemento, y en la grama se pusieron seis mesas estilo picnic. Sobre cada mesa se puso un ramo de flores amarillas para darle un poco de vida y color al espacio.

En la tarima en donde hablaron los ponentes, se colocó en una pequeña colina en frente de las mesas para darle más altura. Con el objetivo de darle un toque casual y juvenil al evento, se pusieron cuatro *puffs* cerca de la tarima, invitando a las personas a sentarse cómodamente en los mismos.

A fin de darle el debido protagonismo a la causa “Proyecto Nodrizas”, se colocó la mesa de la fundación al lado de la tarima, de modo que la atención de los oyentes estuviese centrada en los ponentes y en el proyecto. A los costados de la mesa, se colocaron dos barriles de madera, patrocinados por la marca de objetos reciclados Objektss, en donde se pusieron todos los kilogramos de comida donados, con la intención de que, durante todo el evento, los invitados pudieran ver el aporte que se había conseguido. Entre los dos barriles, debajo de la mesa, se colocó una fila de helechos decorados con flores blancas y en el borde frontal de la mesa se colocaron unas letras negras que decían “Alimenta Vzla” a fin de identificar el puesto. Sobre el stand se colocaron corazones rojos de foami, un marco grande con fotos de las madres y niños que han sido alimentados por Alimenta Venezuela, una figura con la palabra LOVE en acrílico y una A de Alimenta. Por último, se guindó justo arriba del lugar designado para la fundación, una especie de guirnalda rosada y negra con las letras “MUJERON BY FLASH RUNWAY”.

En los dos baños habilitados para los invitados, se colocaron flores frescas.

El objetivo de la decoración fue realizar un espacio agradable y acogedor con elementos decorativos que no ameritaran costo alguno. Es por esto que se logró arreglar el espacio con adornos propios de las tesistas, tales como *puffs*, cestas, floreros, entre otros, que en conjunto con las instalaciones, los equipos del campamento Shangrilá y la hermosa naturaleza que la rodea, reflejaran un estilo cálido, sencillo y rústico.

**\* Ver Anexo 8 \***

### **Equipos Audiovisuales**

Al ser un evento al aire libre y rodeado de naturaleza, se quiso aprovechar la naturalidad del mismo y minimizar el uso de material audiovisual, como pantallas, proyectores y demás. Sin embargo, se necesitaron equipos fundamentales para poder llevarlo a cabo, como por ejemplo el equipo de sonido, de fotografía, computadoras y demás.

Se utilizó el equipo de sonido de las instalaciones del Camping Shangrilá (locación del evento), ya que el campamento cuenta con cornetas, micrófonos, extensiones, corriente eléctrica y demás, los cuales fueron puestos a disposición para el día del evento.

También se utilizó una laptop de una de las tesistas, la cual fue colocada en la entrada, de manera que la persona de protocolo pudiera llevar el control de la lista de invitados y pedir la información necesaria para completar la base de datos del evento.

Por último, para la documentación del evento se contactó a un fotógrafo, el cual tenía su propio equipo fotográfico y prestó sus servicios de manera gratuita como aporte solidario a la fundación Alimenta Venezuela.

### **Entradas**

Luego de analizar un precio de entrada que fuera conveniente y asequible para los invitados y que al mismo tiempo fuera un aporte significativo para la fundación, se tomó la decisión de recolectar comida en vez de dinero, ya que era más representativo para el tipo de proyecto social que se estaba llevando a cabo. De esta manera, se solicitó a cada uno de los invitados llevar mínimo un kilogramo de cualquier tipo de alimento para poder acceder al evento, como forma de contribución a la fundación Alimenta Venezuela, específicamente a su Proyecto Nodrizas.

A raíz de esta iniciativa se logró recolectar 83 kilogramos de distintos tipos de alimentos que fueron destinados a los comedores de la fundación Alimenta Venezuela, con los cuales se estima alimentar a un aproximado de 100 niños y 25 madres durante un período de 3 meses.

Cabe destacar que parte de los kilogramos de comida recolectados fueron de gran ayuda para la fundación, ya que muchos de los alimentos fueron donados de forma urgente e inmediata, debido a que el 17 de febrero, justo un día después del evento, ocurrió un grave incendio en la zona de San Isidro, en donde una gran cantidad de familias que forman parte de los programas de Alimenta Venezuela, perdieron su casa y sus pertenencias, por lo cual se vieron gravemente afectadas y solicitaban ayuda inmediata.

**\* Ver Anexo 9 \***

### **g. Programa del evento**

MujerON se llevó a cabo con la intención de recolectar donativos para la Fundación Alimenta Venezuela, generar un efecto multiplicador y ofrecer a los invitados una mañana diferente, llena de actividades. Uno de los principales objetivos fue lograr motivar a cada uno de los asistentes al evento, a seguir apostando y trabajando por Venezuela. La inspiración, la motivación, el bienestar y las buenas energías fueron los protagonistas de la jornada.

El evento contó con un programa muy completo, apto para todas las edades. La jornada comenzó con una clase de yoga y una meditación guiada en La Explanada del Camping Shangrilá. Las personas que no participaron en la clase estuvieron bienvenidas a disfrutar de los espacios, la música y las distintas marcas que acompañaron el evento. Las familias que asistieron con niños pequeños, contaron con un parque infantil para jugar y la aparición de distintos animales como pavo reales y guacamayas.

Después de la clase, se ofreció un desayuno patrocinado por distintos emprendedores venezolanos. Las panquecas, dulces y snacks ofrecidos tuvieron muy buena respuesta por parte de los invitados.

Durante todo el evento, se contó con la presencia de Port De Bras, Sunala Swimwear, Mandala Accesorios y Hatsy Artsy. El conversatorio estuvo compuesto por las intervenciones de Maria Carina El Masri, Ruth Sánchez-Bueno, Clarissa Egaña, Natasha Quintana, Daniela González y Natalia Rosal. Al terminar las ponencias, de forma natural, se generó un ambiente de intercambio y de “networking” entre los invitados, las marcas, los patrocinantes y las expositoras.

### **h. Identidad gráfica**

Al definir el concepto de MujerON, se pensó en desligar la propuesta gráfica del color rosado, para evitar ser redundantes con el nombre y la imagen. En primera instancia se trabajó con una paleta de colores en la cual los protagonistas fueron el morado y el

anaranjado. Después de varias pruebas y de solicitar asesorías de distintas personas con experiencia en el mundo del marketing, se decidió aplicar la estrategia que se había rechazado en un principio: utilizar el rosado como color principal en las piezas publicitarias de MujerON. El rosado transmite feminidad, generosidad, entrega, cariño y tranquilidad; conceptos fundamentales para el proyecto.

Tomando en cuenta el manual de marca de Flash Runway, se escogieron como colores secundarios el blanco y el negro. Los textos de las distintas publicaciones se trabajaron utilizando estos dos colores. El blanco simboliza paz, humildad y amor, mientras que el negro representa elegancia, fortaleza y sensualidad. El balance encontrado entre estos dos tonos le otorgó fuerza al mensaje que transmitir, haciendo juego con el rosado.

Para el logo, se decidió trabajar el ON en un tono verde manzana, sobre fondo blanco, para conseguir el efecto de “encendido” de los aparatos electrónicos. Para fortalecer este concepto se sustituyó la “o” por el símbolo de “on” (on and off). El resto de la palabra se trabajó en letras blancas, sobre fondo negro, para crear contraste con el verde y el blanco.

En cuanto a diagramación, se optó por intervenir las publicaciones utilizando triángulos rosados y blancos, para transmitir dinamismo, movimiento, fortaleza y seguridad. En todas las publicaciones, se utilizó el rayo insignia de Flash Runway, para que los seguidores instantáneamente asociaran el evento con la marca.

La campaña publicada en la cuenta de Instagram @flash\_runway fue muy variada; en las publicaciones se colocó la invitación completa del evento, el itinerario, los pasos para asistir, la presentación de cada una de las participantes, los logos de todos los patrocinantes y por último distintas publicaciones que incentivaban la presencia masculina en el evento, ya que el empoderamiento femenino es un tema que corresponde a ambos sexos.

La lista de MujerON se trabajó a través de un formulario de TypeForm, solicitando nombre, apellido, correo y nombre de acompañantes. El link se colocó en la biografía del Instagram de Flash, para que los seguidores pudieran inscribirse. Una vez que se llenó la lista, se envió un correo de confirmación a los asistentes, dos días antes del evento.

**\* Ver Anexo 10 \***

## **i. Presupuesto**

Teniendo en cuenta que el evento sería a beneficio de una fundación y siendo conscientes de la crisis social y económica existente en el país, se planteó realizar un evento que no ameritara un alto presupuesto por su condición benéfica. Se contactó a marcas de distintas áreas que pudieran aportar sus productos al evento, para poder llevarlo a cabo con las donaciones recibidas. De esta manera, se alcanzó un costo mínimo de producción, ya que la

mayoría de los elementos fueron donados en su totalidad, teniendo que invertir únicamente en la decoración del stand de la fundación y en parte de los obsequios de bienvenida y agradecimiento que fueron entregados a los invitados, participantes, patrocinantes, trabajadores del evento y demás.

A continuación, se presenta la lista de costos del evento:

*Tabla 4. Control de gastos*

| Concepto        | Descripción   | Proveedor              | Monto        |
|-----------------|---|------------------------|--------------|
| Stand Fundación | Cartulina / Foami   | Librería Kitchi        | 6.000 Bs.S   |
| Obsequio        | 35 cajas individuales de chocolate                        | La Praline Chocolatier | 65.000 Bs.S  |
| Obsequio        | 85 tarjetas de bienvenida / 35 tarjetas de agradecimiento | Impresiones Kenco      | 41.630 Bs.S  |
| Obsequio        | 8 tarjetas de agradecimiento                              | Tiger Store            | 56.000 Bs.S  |
| Total           |   |                        | 168.630 Bs.S |

A continuación, se presenta la lista de donaciones recibidas para llevar a cabo la producción del evento.

*Tabla 5. Donaciones*

| Concepto           | Donación  | Marca / Empresa   |
|--------------------|---|-------------------|
| Mobiliaria         | Mesas, sillas, bancos, tarimas, carpa y parasol                 | Camping Shangrilá |
| Equipo fotográfico | Cámara profesional y trípode                                    | Miguel González   |
| Equipo audiovisual | Cornetas, auxiliar, micrófono, extensiones, corriente eléctrica | Camping Shangrilá |

|                      |  |                              |
|----------------------|--|------------------------------|
| Equipo de trabajo    | Protocolo, trabajadores  | Camping Shangrilá            |
| Productos de higiene | Papel toilette, jabón líquido, toalla pequeña de baño, bolsas negras                                     | Camping Shangrilá            |
| Decoración           | Gramas artificiales  | Camping Shangrilá            |
|                      | Arreglo de flores  | Camping Shangrilá            |
|                      | Flores y floreros  | Familia Briquet              |
|                      | Puffs  | Familia Briquet              |
|                      | Cartulinas con logo de marcas  | Khamai Scrap                 |
|                      | Barriles para poner los kilogramos de comida   | Objektss                     |
|                      | Platos blancos de cerámica y cubiertos   | Camping Shangrilá            |
|                      | Cestas, platos blancos de cerámica, tortera y manteles   | Familia Quintana             |
|                      | Labios de acrílico, letra M y letra A de madera  | Familia Quintana             |
| Hidratación          | - Agua potable   | Camping Shangrilá            |
|                      | - 20 litros de limonada<br>- 20 litros de té verde<br>- 8 bolsas de hielo<br>- 2 paquetes de servilletas | La Milanese                  |
|                      | - 100 panquecas de La Crepiere   | Millennial Digital Marketing |
|                      | - 10 paquetes de conchitas de arepa (50 unidades aproximadamente)<br>- 4 dips<br>- 50 brownies           | Wannabefit Food              |

|          |   |                  |
|----------|---|------------------|
| Comida   | - 70 paquetes individuales de postres variados  | Yogranola        |
|          | - 70 paquetes individuales de galletas de jengibre  | Agrarius Cocina  |
|          | - 20 paquetes individuales de bolitas de avena<br>- 30 paquetes individuales de blondies<br>- 10 paquetes de brownies | Doralicioso      |
|          | - 36 brownies   | Pop your fitness |
|          | - 16 shots de mousse de chocolate<br>- 1 bolsa de snack de fibra  | Jaque Mate       |
|          | - Ensalada de frutas para 70 vasos aproximadamente  | Familia Coll     |
|          | - 90 cajas individuales de menticas   | Khamai Scrap     |
| Obsequio | - Kit de alimentos para trabajadores (Harina pan, arroz y aceite)   | Familia Briquet  |

## **j. Comunicación y promoción**

### **Plan de medios**

El plan de medios de MujerON se llevó a cabo, en su mayor parte, en la plataforma digital Instagram, específicamente en la cuenta de la marca Flash Runway. Al tratarse de un evento dedicado a las seguidoras y consumidoras de la marca, se decidió realizar la publicidad a través de la cuenta de la misma, en vez de crear una cuenta nueva únicamente para el evento.

Instagram, WhatsApp y correo electrónico fueron las herramientas de difusión utilizadas para la promoción y propagación de información del evento.

El target del evento consistió en personas entre 20 y 45 años, interesados en el emprendimiento, la moda, el empoderamiento y la reconstrucción de Venezuela. Las

puertas de MujerON estuvieron abiertas para hombres y mujeres de todas las edades, sin embargo, por la naturaleza del evento, predominó el público femenino. Las características del público meta del evento y del seguidor de Flash Runway, coincidían en muchos aspectos, por lo que fue ideal realizar la promoción a través de su propia plataforma.

Varias de las publicaciones fueron compartidas por las cuentas personales de las ponentes y de los patrocinantes, con el objetivo de invitar a sus seguidores.

La promoción no se trabajó de forma masiva, por la capacidad del evento. MujerON recibió a 80 personas aproximadamente en el Camping Shangrilá, confirmadas previamente. Para evitar perder el control con el número de personas, se limitó la estrategia comunicacional a los medios digitales.

De igual forma, como complemento a la información publicada en redes sociales, se realizó una nota de prensa para la agencia Blue Press Service y se consiguió una entrevista con Rebekka Moreno, en circuito Onda, a la cual fue Clarissa Egaña, ponente y patrocinante del evento, para hablar de los beneficios y de la importancia de iniciativas como MujerON.

**\* Ver Anexo 11 \***

Durante el evento, las actividades fueron registradas por un fotógrafo y por la mayoría de los invitados.

### **Estrategia promocional**

Para el desarrollo del plan de comunicaciones de MujerON, se llevó a cabo una estrategia online, con el fin de poder alcanzar el público meta y dar a conocer la información a través de la red social Instagram. La promoción y difusión del evento inició semana y media previa al 16 de febrero, día del evento. La estrategia contó con una publicación de intriga, seguida por la invitación al evento y luego la exposición de las ponentes y patrocinantes del mismo. Por último, se dio a conocer el itinerario y se realizaron publicaciones de recordatorio en cuenta regresiva. En total, desde la cuenta de Flash Runway se subieron 15 publicaciones relacionadas a MujerON.

Al tratarse de un evento destinado a los clientes de Flash, en el cual se usó su cuenta como plataforma principal, fue de suma importancia obtener realimentación de parte de las dueñas. Antes de comenzar las publicaciones se les presentó la propuesta gráfica y de contenido con el fin de que aprobaran cada uno de los posts, se les envió una grilla con cada uno de los mensajes, los diseños y la explicación del concepto gráfico. Una vez que se hicieron los cambios y ajustes pertinentes, se dio inicio a la campaña

La estrategia promocional de MujerON, giró en torno a Instagram, Gmail y WhatsApp. Dichas redes fueron las aliadas perfectas para dar a conocer el evento y alcanzar el target

específico sin costo alguno. Para la toma de decisiones en todo el proceso de producción, se tomaron siempre en cuenta las opciones más económicas y con más rendimiento, con el objetivo de recaudar la mayor cantidad de ganancias posibles para la fundación.

### **3. Evento**

El montaje del evento se llevó a cabo tres días previos a su realización. El equipo obrero del Camping Shangrilá ayudó con la distribución del mobiliario en las áreas específicas en donde se ubicarían las actividades. Posteriormente, el día del evento, las tesistas llegaron a las 6:30 am para afinar los últimos detalles de la decoración, prueba de sonido, logística de protocolo y del estacionamiento. A partir de las 9:00 am comenzaron a llegar los invitados, quienes mientras esperaban el inicio de la primera actividad, contemplaron por un rato la belleza del lugar. Media hora más tarde, tanto ponentes como invitados, participaron de la clase de yoga dictada por la profesional certificada Marlis Durán y en la meditación guiada por Lisbeth Figueira. Sin embargo, quienes no hacían la clase, disfrutaban de la comida, música y buen ambiente del lugar. Una vez culminada la meditación, los invitados degustaron de un exquisito desayuno de panquecas de La Crepiere y una mesa de postres de distintos patrocinantes.

Tiempo después, se dio inicio a las charlas; la tesista Isabella Briquet, moduladora del evento, fue la encargada de dar una breve explicación de MujerON, Flash y la fundación, así como de introducir a cada una de las ponentes. Seguidamente, tomó el micrófono Natasha Quintana, fundadora de Alimenta Venezuela, quien narró un poco la historia de la fundación y las causas por las que surgió, en especial el Proyecto Nodrizas. Asimismo, Natasha expresó su agradecimiento a las integrantes de Flash y el Camping Shangrilá por la iniciativa. Luego María Carina El Masri, representante de Flash Runway, explicó la nueva relación entre Flash y la fundación, animando a los presentes a unirse a causas como esta. Posteriormente, el público fue deleitado por las motivadoras palabras de Clarissa Egaña, fundadora de Port de Bras, emprendedora venezolana, que a pesar de ser abogada decidió meterse en el mundo de la moda dada la situación del país. Clarissa relató cómo su marca, hoy en día a pesar de la crisis ha llegado muy lejos, representando el país en los más grandes eventos de moda a nivel internacional. Luego, con más de 10 años en el mercado, intervino Ruth Sánchez Bueno, CEO de la marca RSB Swimwear. Su inspiradora historia dejó como conclusión la importancia de creer en uno mismo a pesar de los prejuicios. Por último, Daniela y Natalia, dos profesionales nutricionistas del equipo de Nutriwhite, ofrecieron información útil y herramientas para llevar una buena alimentación en tiempos de crisis; contando con la intervención de algunos de los invitados, quienes dieron su testimonio y puntos de vista. Para terminar, Isabella hizo el cierre del evento, agradeciendo nuevamente a los presentes e invitando a quienes estuvieran interesados a acercarse a la mesa de la fundación para recibir más información.

#### **- Itinerario del evento**

A continuación, se dan a conocer el orden de las actividades realizadas en el transcurso del evento.

Tabla 6. Itinerario del evento

| <b>Itinerario del evento</b> |   |
|------------------------------|---|
| Hora                         | Actividad   |
| 9:00 am - 9:30 am            | Llegada de los invitados, bienvenida y recolección de donativos                 |
| 9:30 am - 10:30 am           | Clase de yoga con Marlis Durán  |
| 10:30 am - 11:00 am          | Meditación con Lisbeth Figueira   |
| 11:00 am                     | Desayuno con panquecas de La Crepiere, mesa de postres y bebidas de la Milanesa |
| 11:30 am - 11:50 am          | Inicio de conversatorio. Primera ponente: Maca El Masri                         |
| 11:50 am - 12:10 pm          | Segunda ponente: Natasha Quintana   |
| 12:10 pm - 12:30 pm          | Tercera ponente: Clarissa Egaña   |
| 12:30 pm - 12:50 pm          | Cuarta ponente: Ruth Sánchez Bueno  |
| 12:50 pm - 1:10 pm           | Quinta ponente: Daniela González y Natalia Rosal                                |
| 1:10 pm - 1:30 pm            | Agradecimiento y cierre del evento: Discurso de cierre por Isabella Briquet     |

#### **4. Post – evento**

Al culminar el evento, las tesistas se encargaron de contabilizar los kilogramos de comida recaudados, separándolos en cajas para ser entregados en el centro de acopio de la fundación, el lunes 18 de febrero. La recolección tuvo un total de 83 kg de todo tipo de alimentos: arroz, pasta, harina, compotas, granos y hasta algunas medicinas como Atamel, Teragrip y Jarabe para la tos.

Sin embargo, durante la noche del día del evento ocurrió una catástrofe, un gran incendio en la comunidad de San Isidro, el cual dejó sin hogar a siete de las madres pertenecientes al Proyecto Nodrizas. Por lo que el Domingo por la mañana, se hizo llegar con urgencia la comida a estas madres ubicadas en un galpón habilitado por la alcaldía de Sucre en Petare.

A raíz del evento se crearon dos fuertes alianzas: en primer lugar, el Camping Shangrilá, decidió donar a la fundación el dinero de cada inscripción del campamento en la semana de Carnavales y en el próximo verano 2019. Asimismo, en Carnavales habilitaron un espacio en su oficina para la recolección de alimentos y medicinas destinados a los niños y madres de la fundación Alimenta Venezuela.

Por otra parte, Clarissa Egaña, fundadora de Port De Bras, a raíz de MujerON, ofrecerá herramientas de capacitación para las madres del Proyecto Nodrizas en el área de costura. La idea será habilitar un gran taller por turnos, en el cual la mitad de las mujeres recibirá el curso durante un mes mientras la otra mitad se hace cargo de los niños y el comedor, con el fin de seguir con la misión de la fundación y empoderar así a estas mujeres en el ámbito laboral.

Siguiendo el plan estratégico, el día después del evento fueron publicadas diversas fotos del mismo por las directoras de Flash Runway, agradeciendo a las creadoras de MujerON y a los participantes y patrocinantes que lo hicieron posible. A raíz del evento, Flash tuvo un notable incremento de seguidores y clientes potenciales en sus redes sociales. Antes de comenzar las publicaciones del evento, la cuenta contaba con un total de 1980 seguidores y se aumentó aproximadamente 150, contando hasta el día después del evento.

## VII. CONCLUSIONES

MujerON se construyó en base al trabajo en equipo, las ganas de aportar un grano de arena y la esperanza de construir un mejor país, desde cada ámbito posible. El “alma” del evento nace gracias a dos objetivos importantes: generar un efecto multiplicador, inspirando a los invitados a replicar iniciativas como esta y ofrecerles a los invitados una mañana especial, llena de salud, vitalidad y buenas energías que los inspirara a seguir creyendo, trabajando y apostando por cumplir sus sueños en Venezuela. Se buscó motivar a cada una de las personas que asistieron, a convertir su pasión en un sueño tangible y a no olvidarse de vivir siempre con el corazón lleno de solidaridad y generosidad. Ningún aporte es muy pequeño para la terrible situación que viven diariamente la gran mayoría de las familias venezolanas.

Uno de los grandes logros del proyecto, fue crear el vínculo entre la Fundación Alimenta Venezuela y las marcas RSB y Port De Bras. Clarissa Egaña y Ruth Sánchez-Bueno, después de conocer, a través de MujerON, la importante labor de la fundación, decidieron dictar cursos de capacitación de personal en costura y atención al cliente, a fin de preparar a las madres de la fundación para luego darles trabajo en sus respectivos talleres.

La producción de MujerON fue una experiencia enriquecedora y gratificante para la vida profesional y personal de las tesistas. Llevar a cabo este proyecto dejó en grupo una serie de aprendizajes y enseñanzas invaluable. Después de pasar meses trabajando con este concepto, se llegó a una serie de conclusiones:

- El respeto, la buena comunicación y la tolerancia son valores fundamentales al momento de trabajar en equipo. Es un proyecto largo, que requiere muchas horas de trabajo en conjunto y las dinámicas fluyen de forma más amena si todos los miembros del grupo están en la misma página. Es muy importante que todo el equipo esté de acuerdo con la modalidad y el concepto del Proyecto Final de Carrera, para evitar conflictos y malentendidos a lo largo del proceso.
- Cuando se trabaja en algo que apasiona genuinamente, el tiempo pasa rápido y las tareas no se hacen pesadas. Es fundamental disfrutar y aprovechar al máximo cada parte del proceso de la recta final de la carrera universitaria.
- Cuando se trata de apoyar a una causa social, los proyectos tienen muy buena receptividad y las personas se motivan a participar y a aportar de la forma que puedan.
- La sociedad venezolana se encuentra muy carente de propuestas y actividades diferentes, por lo cual iniciativas como MujerON tienen buena respuesta y asistencia.
- Los contactos personales son muy importantes al momento escoger la modalidad, ya que pueden ser de mucha ayuda al llevar a cabo el proyecto.

- No existen aportes pequeños cuando se trata de ayudar a causas tan importantes como Alimenta Venezuela; un kilogramo de comida puede hacer la diferencia. Si cada uno pone su granito de arena, se pueden obtener resultados increíbles.
- Venezuela está repleta de mujeres emprendedoras, trabajadoras y empoderadas, que apuestan por el país y que trabajan día a día para dejar el nombre de Venezuela en alto.
- Los países se reconstruyen desde distintos ámbitos: cada uno de nosotros tiene la tarea de trabajar por Venezuela desde el rubro en el que queramos especializarnos. Haciendo lo que escojas con pasión, ética, valores y amor, es la mejor manera de trabajar y apostar por Venezuela todos los días.
- Todas las personas que decidieron quedarse y emprender en Venezuela, tendrán las puertas abiertas para florecer económica y personalmente, abarcar los espacios que dejaron los que se fueron y ser protagonistas del cambio.

Para concluir, nos despedimos felices y orgullosas de nosotras mismas, al ver nuestros aprendizajes puestos en práctica de una manera humana y profesional, cerrando así nuestro recorrido universitario con éxito.

## VIII. RECOMENDACIONES

La experiencia durante la producción de MujerON llevó al equipo a desarrollar una serie de recomendaciones tanto para los alumnos, como para los miembros de facultad, a modo de facilitar el camino para futuros proyectos de la Universidad Monteávila.

-Se recomienda realizar al menos tres charlas de cada modalidad del Proyecto Final de Carrera, con el fin de profundizar en el tema y aclarar las dudas necesarias durante el desarrollo del mismo. Es importante que los estudiantes cuenten con las herramientas necesarias a la hora de escoger la modalidad que más les convenga.

-Se propone la participación de exalumnos, que hayan trabajado con la modalidad de producción de eventos, con el fin de compartir sus experiencias, consejos y recomendaciones. Sería muy útil para los estudiantes conocer proyectos anteriores, a modo de que funcionen como referencia, antecedente o modelos a continuar.

-En el caso de la modalidad de Producción de Eventos, se sugiere mantener un mayor orden y control al momento de seleccionar los jurados que estarán presentes el día del evento. Facultad debe planificar con anticipación que cada grupo cuente con el número de jurados correspondiente, sin necesidad de insistencia de parte de los estudiantes; así como también se debe exigir que los jurados lleguen a una hora específica según el itinerario del evento y permanezcan durante un mínimo de tiempo en el mismo, para poder apreciarlo y evaluarlo de forma justa y efectiva.

-Es fundamental que los alumnos conozcan con detalle los aspectos que se evalúan en cada modalidad, para que puedan prepararse correctamente para tener la mejor calificación posible y llevar a cabo un proyecto de calidad.

-A los estudiantes que decidan trabajar con producción de eventos, se les recomienda pautar la fecha de su proyecto a más tardar para febrero, evitando que el trabajo coincida con parciales, entregas finales y la entrega de la parte escrita del proyecto.

-Se sugiere llevar registro y nota de cada paso del proceso, para facilitar el desarrollo del trabajo escrito.

-Es fundamental trabajar continuamente en el manual de producción escrito del trabajo, a medida que se cumplen las tareas y se toman decisiones, evitando dejarlo para el último momento.

-Es de suma importancia establecer una estrategia de trabajo antes de comenzar la producción del proyecto.

-Se recomienda dividir las tareas según las capacidades y cualidades de cada miembro del equipo.

## IX. ANEXOS

### Anexo 1

#### *Modelo de carta de presentación para posibles participantes*

Hola Anita! Cómo estás? Mi nombre es Andreína Coll, estoy haciendo un evento para mi tesis de Comunicación Social de la Universidad Monteávila junto a Alejandra Quintana e Isabella Briquet y nos encantaría contar con tu presencia en el mismo.

Sabemos que te encanta hacer yoga y que eres la cantante de Amma Music, por lo que nos gustaría invitarte a cantar ese día. El estilo indie de tu grupo de música es tranquilo, pacífico y agradable, por lo que sentimos que eres la indicada para cerrar el evento de la mejor manera posible.

¡Te contamos un poco de qué va!

El evento se llama MujerON, se llevará a cabo el día sábado 16 de febrero en el campamento Shangrilá y es a beneficio de la fundación Alimenta Venezuela.

Alimenta Venezuela es un programa de ayuda humanitaria que atiende la grave problemática de desnutrición infantil en Venezuela a través de alianzas con diferentes organizaciones.

Mujerón será un evento de 70 personas aproximadamente que podrán disfrutar de una mañana entretenida con distintas clases de ejercicio (entre ellas yoga), música, comida, moda y ponentes emprendedoras que contarán su historia a lo largo de la mañana.

La entrada al evento será 1 kilogramo de comida por persona, los cuales irán destinados a la fundación, específicamente a su “Proyecto Nodrizas”, el cual se encarga de alimentar y empoderar a mujeres en período de lactancia, que se encuentren en situación de pobreza extrema, con el fin de mejorar su nutrición y la de su bebé, para luego capacitarlas en distintas áreas de trabajo.

Nos parece que tú como *yogi* y cantante cuabras perfecto con el concepto de nuestro evento y por eso nos encantaría contar contigo para ese día.

Avísame si quieres que te contemos un poco más del proyecto o cualquier otra duda que tengas, podemos llamarte o reunirnos cuando quieras. Desde ya, mil gracias por tu atención! ☺

*Andreína Coll*  
0414 0335859  
[collandreina@gmail.com](mailto:collandreina@gmail.com)

*Isabella Briquet*  
0414 2206400  
[isabellabriquet@gmail.com](mailto:isabellabriquet@gmail.com)

*Alejandra Quintana*  
0424 2757827  
[alejquintana3@gmail.com](mailto:alejquintana3@gmail.com)

Correo enviado de forma personalizada a posibles participantes del evento, tales como profesoras de yoga, cantantes y ponentes. En este caso, el correo fue enviado a Anita Sosa, cantante de música indie, con el fin de que cerrara con un par de canciones el evento.

## Anexo 2

### *Modelo de carta de agradecimiento para participantes*

Nati! De parte de todo el equipo de MujerON te queremos agradecer infinitamente por haber sido parte de un proyecto tan especial, y de la misma manera, por habernos abierto las puertas a una labor tan bonita como lo es la Fundación Alimenta Venezuela.

Estamos felices de saber que todavía existen personas que apuestan por Venezuela e invierten su pasión, tiempo y dedicación en proyectos que sacan lo mejor de ella. No cabe duda que tu historia llenó de motivación a cada uno de los invitados presentes en el Camping Shangrilá; pues son mujeres como tú quienes hacen que los venezolanos sigamos creyendo en nuestro país y teniendo fe en su futuro.

Esperamos que hayas disfrutado del evento MujerON tanto como nosotras, y que te hayas llenado de buenas energías para seguir transmitiéndolas tal como lo hiciste ese día tan especial.

Cuenta con nosotras para lo que necesites. Tú y la fundación tienen un gran espacio en nuestros corazones.

Una vez más, te damos mil gracias por haber sido parte de esta iniciativa, esperamos poder seguir construyendo país juntas.

Si de algo estamos seguras, es que eres un increíble MujerON.

¡Que sigan los éxitos!

Con cariño,

Isabella Briquet, Andreína Coll y Alejandra Quintana

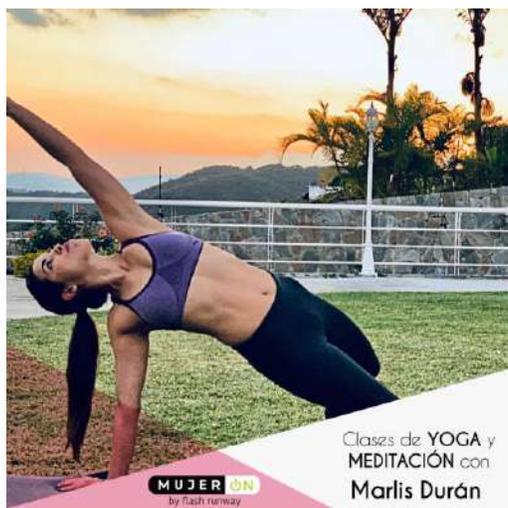
Correo enviado de forma personalizada a los participantes del evento, en este caso a Natalia Quintana, fundadora de la Fundación Alimenta Venezuela, una de las ponentes del evento.

Anexo 3.1

*Participantes*

*Profesoras de yoga y meditación*

*Marlis Durán*



*Lisbeth Figueira*



Fotos publicadas en el Instagram de Flash Runway para presentar a las profesoras de yoga y meditación.



Profesoras Marlis y Lisbeth dando la clase de yoga y meditación.

Anexo 3.2  
Participantes  
Ponentes

*María Carina El Masri*



*Natasha Quintana*



Fotos publicadas en el Instagram de Flash Runway dando a conocer las primeras ponentes del evento.



Inicio del conversatorio con las primeras ponentes, Maca de la marca Flash Runway y Natasha de la fundación Alimenta Venezuela.

Anexo 3.3  
Participantes  
Ponentes

*Clarissa Egaña*



*Ruth Sánchez Bueno*



Fotos publicadas en el Instagram de Flash Runway dando a conocer a las ponentes del evento.



Tercera y cuarta ponente del evento; Clarissa y Ruth contando su historia ante la audiencia.

Anexo 3.4  
Participantes  
Ponentes

*Daniela González*



*Natalia Rosal*



Fotos publicadas en el Instagram de Flash Runway dando a conocer a las ponentes del evento.



Las nutricionistas Daniela y Natalia, últimas ponentes del evento, pertenecientes al equipo de NutriWhite.

Anexo 3.5  
*Participantes*  
*Ponentes*



Foto de las tesistas junto a las ponentes y Aura Marina Hernández, representante de la empresa de relaciones públicas Blue Press Service.



Público del evento escuchando las distintas charlas de las ponentes.

#### Anexo 4

##### *Modelo de carta de presentación para posibles patrocinantes*

Hola! Mi nombre es Andreína Coll, estoy haciendo un evento para mi tesis de Comunicación Social de la Universidad Monteávila junto a Alejandra Quintana e Isabella Briquet y nos encantaría contar con la presencia de *Wannabefit Food* en el mismo.

Nuestro proyecto está relacionado con el mundo fitness y el estilo de vida saludable, por lo que nos parece que sus productos *sugar free* cuadrarían perfecto con el concepto de nuestro evento.

¡Les contamos un poco de qué va!

El evento patrocinado por Flash Runway se llama MujerON, se llevará a cabo el día sábado 16 de febrero en el campamento Shangrilá y es a beneficio de la fundación Alimenta Venezuela.

Alimenta Venezuela es un programa de ayuda humanitaria que atiende la grave problemática de desnutrición infantil en Venezuela a través de alianzas con diferentes organizaciones.

Mujerón será un evento de 70 personas aproximadamente que podrán disfrutar de una mañana entretenida con distintas clases de ejercicio, música, comida, moda y ponentes emprendedoras que contarán su historia a lo largo de la mañana. Tendremos la presencia de varias marcas reconocidas de mujeres venezolanas como Port de Bras, Súnala, Mandala, Jaque Mate y más!

La entrada al evento será 1 kilogramo de comida por persona, los cuales irán destinados a la fundación, específicamente a su “Proyecto Nodrizas”, el cual se encarga de alimentar y empoderar a mujeres en período de lactancia, que se encuentren en situación de pobreza extrema, con el fin de mejorar su nutrición y la de su bebé, para luego capacitarlas en distintas áreas de trabajo.

Quisiéramos saber si podrían colaborar con su producto para ese día con el fin de darse a conocer como marca y del mismo modo brindar apoyo a la fundación. Cualquier cantidad sería de gran ayuda para poder llevar a cabo nuestro proyecto.

Si desean saber un poco más del proyecto o aclarar cualquier otra duda, estamos a la orden para llamarlos o reunirnos en cualquier momento. Desde ya, mil gracias por su atención!

*Andreína Coll*  
0414 0335859  
[collandreina@gmail.com](mailto:collandreina@gmail.com)

*Isabella Briquet*  
0414 2206400  
[isabellabriquet@gmail.com](mailto:isabellabriquet@gmail.com)

*Alejandra Quintana*  
0424 2757827  
[alejquintana3@gmail.com](mailto:alejquintana3@gmail.com)

Correo enviado a posibles marcas patrocinantes con el fin de obtener donaciones de sus productos para el evento. En este caso, el mensaje fue enviado a Annabella Alsamarrai, fundadora de Wannabefit Food, una de las marcas patrocinantes del evento.

## Anexo 5

### *Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes*

Anna! De parte de todo el equipo de MujerON te queremos agradecer infinitamente por haber sido parte de un proyecto tan especial para nosotras. Nos encantó la forma en que te involucraste en el mismo verdaderamente de corazón, por una causa tan bonita como lo es la Fundación Alimenta Venezuela.

Estamos felices de saber que todavía existen personas que apuestan por Venezuela e invierten su pasión, tiempo y dedicación en ella. Nos enorgullece ver surgir emprendimientos como Wannabefit Food, especialmente cuando las fundadoras son mujeres emprendedoras como tú, que tan solo con 22 años has podido llevar a cabo tu marca de manera exitosa, a pesar de los tiempos de crisis que estamos viviendo hoy en día en el país.

Esperamos que hayas disfrutado del evento MujerON tanto como nosotras, y que te hayas llenado de buenas energías y motivación para seguir teniendo fe en el futuro de nuestro país y en ti como persona.

¡Cuenta con nosotras para lo que necesites!

Una vez más, te damos mil gracias por haber sido parte de esta iniciativa, esperamos poder seguir construyendo país juntas.

Si de algo estamos seguras, es que eres un increíble MujerON.

¡Que sigan los éxitos!

Con cariño,

Isabella Briquet, Andreína Coll y Alejandra Quintana

Correo enviado a las marcas patrocinantes de forma personalizada una vez finalizado el evento, para agradecer su participación y apoyo en el mismo. En este caso, el mensaje fue enviado a Annabella Alsamarrai, fundadora de Wannabefit Food, una de las marcas patrocinantes del evento.

Anexo 6  
*Refrigerio*



Recolección de donaciones



Ensalada de frutas y barra de panquecas de La Crepiere

*Continuación Refrigerio*



Mesa de postres del evento



Invitados disfrutando de la comida del evento

Anexo 7.1  
Obsequios  
Kit de bienvenida para invitados



Arte para imprimir por las dos caras en papel glasé 250 con laminado mate con un tamaño de 10.7 x 2.3 cm aproximadamente por tarjeta.



Tarjeta con frase y caja con menticas entregada en la entrada del evento a todas las personas que asistieron al mismo.

## Anexo 7.2

### Obsequios

#### Kit de agradecimiento a patrocinantes, trabajadores y demás



Tarjeta de agradecimiento junto a caja individual de chocolate de La Praline



Arte para imprimir por las dos caras en papel glasé 250 con laminado mate con un tamaño de 10.7 x 9.2 cm aproximadamente por tarjeta.

Tarjeta de agradecimiento y caja individual de chocolate que se entregó al finalizar el evento a cada uno de los patrocinantes, trabajadores, protocolo, jurado y representantes de las tesis, como muestra de agradecimiento por todo el apoyo y la participación.

Anexo 7.3  
Obsequios  
Kit de agradecimiento para participantes



Chocolate Franceschi y tarjeta de agradecimiento personalizada y escrita a mano entregada a cada uno de los ponentes, al tutor Rubén Rodríguez y a María Astrid Rodríguez, propietaria de la locación.

Anexo 8.1  
Decoración

*Stand de la Fundación Alimenta Venezuela*



*Mesa de postres*



*Papelería*



*Continuación Decoración*

*Clase de yoga*



*Conversatorio*



Anexo 8.2  
*Decoración*  
*Showroom de las marcas invitadas*

*Stand de Port De Bras*



*Stand de Hatsy Artsy*



*Continuación Decoración Showroom*

*Stand de Sunala Swimwear*



*Stand de Mandala Accesorios*



Anexo 9  
Entrada  
Kilogramos de comida



Kilogramos de comida recolectados en el stand de la fundación Alimenta Venezuela, colocados en dos barriles de la marca de objetos reciclados, Objetkss.

Anexo 10.1

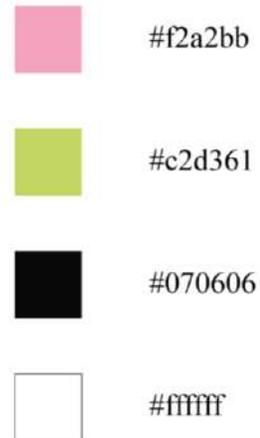
Identidad Gráfica

Logotipo, paleta de colores, tipografía y assets

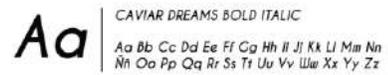
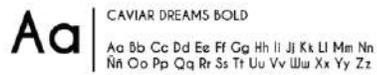
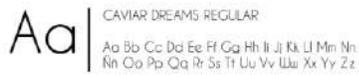
Logotipo



Paleta de colores



Tipografía



Assets



Anexo 10.2

Identidad Gráfica

Composición redes sociales. Publicaciones e “Historias” en Instagram

Publicaciones en Instagram



*Continuación Composición gráfica*



*“Historias” en Instagram*



Imágenes y videos con información del evento publicados en el Instagram de nuestro patrocinante principal @flash\_runway

### Anexo 10.3

#### Identidad Gráfica

#### Mensaje de invitación por correo electrónico

Estás cordialmente invitado al evento MujerON, donde podrás disfrutar una mañana de yoga, meditación, comida, moda y emprendimiento en el Camping Shangrilá, con el objetivo de recaudar insumos para la fundación Alimenta Venezuela. Tendremos muchas actividades que estaremos anunciando por el Instagram de nuestro aliado @flash\_runway. A continuación, adjuntamos el video de la invitación y un flyer con la información del evento. ¡Te esperamos!  
[RSVP](#)

#### [Invitación MujerON.MOV](#)



**Fecha:** 16 de febrero

**Hora:** A partir de las 9 AM

**Dirección:** Camping Shangrilá, Urb. Colinas del Tamanaco, Calle Manzanares.

[Link Google Maps](#)

Correo electrónico que se envió junto a un video y un flyer que contenían toda la información necesaria acerca del evento, y un link que dirigía a las personas a un formulario de confirmación de asistencia.

## Anexo 10.4

### Identidad Gráfica

#### Mensaje de invitación por WhatsApp

Estamos muy emocionados de invitarlos al evento Mujer  para disfrutar de una mañana de yoga, meditación, comida, moda y emprendimiento, en el camping Shangrilá, con el objetivo de recaudar insumos para la fundación @alimentavenezuela 🌱💕. Tenemos muchas sorpresas que les estaremos contando por nuestro Instagram @flash\_runway ⚡⚡. Inscríbete en este link para confirmar tu asistencia. <https://goo.gl/bUrHyi> Hurry up! Son cupos LIMITADOS! ¡Los esperamos!



Mensaje de WhatsApp que se envió a distintas personas junto a un video que contenía toda la información necesaria acerca del evento y un link que las dirigía a un formulario de confirmación de asistencia.

Anexo 10.5  
*Identidad Gráfica*  
*Formulario de confirmación de asistencia*

**MUJER ON**  
by flash runway

16-02 9 am

¡Sé parte de una mañana diferente!  
¿Asistirás al evento MujerON?

**¡Si! Cuenta conmigo**

0 of 3 answered Powered by Typeform

1+ Nombre Completo \*

Type your answer here...

0 of 3 answered Powered by Typeform

3+ ¿Irás con más personas?

En caso de ser afirmativa la respuesta, indica los nombres de cada una de ellas.

Type your answer here...

0 of 3 answered Powered by Typeform

1+ Correo electrónico \*

Type your email here...

0 of 3 answered Powered by Typeform

¡Eso es todo! Gracias por confirmar tu asistencia.

Recuerda llevar 1KG de cualquier tipo de alimento para contribuir con la fundación Alimenta Venezuela :)

**¡Te esperamos!**

0 of 3 answered Powered by Typeform

Event Registration (copy)

74 responses

Formulario de confirmación de asistencia al evento enviado a través de un link en los mensajes de invitación por WhatsApp y por correo electrónico.

Este también fue publicado en la biografía del Instagram de @flash\_runway con el fin de que las personas que estuvieran interesadas pudieran anotarse directamente.



### **¡Se acerca el día!**

Te esperamos este **sábado 16** de febrero en el **campamento Shangrilá** para compartir una mañana de yoga, meditación, moda y emprendimiento, a beneficio de la fundación Alimenta Venezuela.

**Fecha:** 16 de febrero de 2019

**Hora:** A partir de las 9 de la mañana

**Entrada:** 1 KG (o más) de cualquier tipo de alimento, para contribuir con la fundación Alimenta Venezuela

**Dirección:** Camping Shangrilá,  
Urb. Colinas del Tamanaco, Calle Manzanares

**Haz click aquí para saber cómo llegar**

Continuación del correo de recordatorio



## Conoce el itinerario

9:00 - 9:30 am

Llegada y recolección de donativos

9:30 - 10:30 am

Clases de Yoga con Marlis Durán

10:30 - 10:45 am

Meditación con Lisbeth Figueira

A partir de las 10:45 am

Desayuno con panquecas de La Crepiere  
Dulces de Jaque Mate, Pop Your Fitness, Agrarius Cocina y más  
Dips de Wannabefit Food

11:30 - 1:00 pm

Showroom de Flash Runway y conversatorio con:

Ruth Sánchez Bueno

CEO de RSB Swimwear y Coach Ontológico

Daniela González

Nutricionista del equipo NutriWhite

Natasha Quintana

Fundadora de la fundación Alimenta Venezuela

Clarissa Egaña

Fundadora de Port de Bras



¡Te esperamos!

16-02-2019



**Flash Runway**

Correo de recordatorio dos días antes del evento que fue enviado a todas las personas inscritas en el formulario de confirmación de asistencia.

### **MujerON: una mañana de wellness, moda y empoderamiento**

**Este sábado 16 de febrero, Flash Runway invita a sus clientes a disfrutar de una mañana de yoga, meditación, moda y emprendimiento, en el camping Shangrilá, con el objetivo de recaudar insumos para la fundación Alimenta Venezuela.**

En esta ocasión, Flash Runway reunirá a setenta invitados para ofrecerles una mañana diferente y llena de buenas energías. De 9:00 am a 2:00 pm, el encuentro contará con clases dinámicas y divertidas, herramientas prácticas de resiliencia en crisis, historias de emprendedores increíbles y un showroom de cuatro marcas venezolanas.

MujerON se llevará a cabo en tres bloques; la actividad comenzará a las 9:30 am con una clase de yoga con la instructora Marlis Durán y una meditación guiada por Lisbeth Figueira. Para recargar las energías después de la actividad física, el segundo bloque consistirá en un desayuno con “healthy goodies”, cortesía de emprendimientos como Agrarius Cocina, Wannabe Fitfood, La Crepiere, Jaque Mate, Yogranola y Cocomanía.

Una vez terminado el desayuno, una selección de mujeres emprendedoras dirigirá un conversatorio, hablando de sus experiencias y ofreciendo información valiosa para los invitados. Flash contará con la presencia de Clarisa Egaña, fundadora de Port De Bras; Ruth Sánchez Bueno, CEO de RSB Swimwear y Coach ontológico; Daniela González, nutricionista del equipo de NutriWhite, Natasha Quintana, fundadora de la fundación Alimenta Venezuela y Maca El Masri, directora de Flash Runway.

Durante toda la mañana se exhibirán las piezas de Port De Bras, Súnala, Mandala Accesorios y Hatsy Artsy.

Como “costo” para asistir al evento, los invitados deberán llevar por lo menos 1kg de alimentos (harina pan, aceite, granos, arroz, leche, etc) que irán destinados a la fundación Alimenta Venezuela, específicamente a su “Proyecto Nodrizas” que tiene como objetivo alimentar a mujeres en período de lactancia y así garantizar

tanto la nutrición de las madres, como la de los bebés. Una vez que las madres y sus hijos hayan recibido una adecuada nutrición en los comedores, la fundación se ocupa de capacitar a este grupo de mujeres en distintas áreas de trabajo (costura, cocina, peluquería, etc.) para facilitar la búsqueda de empleo, con el objetivo de que puedan mantenerse.

Si deseas asistir a MujerON, solo debes ingresar a las redes sociales de Flash @flash\_runway y registrarte en la lista de confirmación del evento.

Nota de prensa para Blue Press Service.

Anexo 12  
*Fotografías del evento*



Clase de yoga en La Explanada del Camping Shangrilá



Invitados escuchando las charlas

*Continuación Fotografías del evento*



Invitados disfrutando del evento



Invitados disfrutando de la mesa de postres

Anexo 13

Historias de Instagram publicadas por los invitados



Continuación Historias de Instagram



Continuación Historias de Instagram



Historias de Instagram publicadas por los invitados del evento en sus cuentas privadas utilizando el #MujerON y mencionando a la marca @flash\_runway en el video o la imagen.

## Anexo 14.1

### Mensajes de agradecimientos

#### Instagram

**popyourfitness** Les muestro un poco de los que fue mujer  un evento con el objetivo de recaudar insumos para @alimentavenezuela   

- \* Con la participación de varias emprendedoras venezolanas que aportaron su granito de arena para que todo saliera 🙌
- \* Mil gracias por la invitación, para mi fue un placer haber podido colaborar con tan bonita causa! 💕 @flash\_runway ⚡

Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Daniella Haon, representante de la marca de comida *Pop Your Fitness*, patrocinante del evento.

**lomaspopradio** Un #Sábado diferente y lleno de buena vibra. Estuvimos con la gente de @alimentavzla compartiendo una mañana de relax y esparcimiento, acompañados por @flash\_runway @portdebras @rsbswimwear @campingshangrila Gente maravillosa que trabaja con empeño y dedicación apostando todo para tener el #País que todos queremos 💕

Mensaje en la plataforma de Instagram por *Lo Más Pop Radio*, estación de radio FM, cuya representante estuvo presente como invitada en el evento.

*Continuación Mensajes de agradecimientos*

**wannabefit\_foods** Así de bella quedo la mesa del evento **#MujerOn** de **@flash\_runway** con nuestros coloridos y saludables snacks! Aportando un poquito de nosotros por nuestro país! 🇨🇴 **#vamosbien** **@alimentavenezuela** Gracias por dejarnos formar parte de este increíble día lleno de energía, buenas vibras y empoderamiento femenino 🧘⚡

Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Annabella Alsamarrai, representante de la marca de comida *Wannabefit Foods*, patrocinante del evento.

**portdebras** Today we had the honor to participate in a mini wellness and woman empowerment retreat at **@campingshangrila** - **MujerON** to contribute with the beautiful charity **@alimentavenezuela** together with **@flash\_runway** **@hatsyartsy** **@rsbswimwear** **@nutriwhite** **@bluepressservice** - Special thanks to **@esitzer** **@esitzerproducciones** for our tulum inspired tent, to the many people who made it happen **@alejandra.qs** **@macaelmasri** **@natashaqs** **@astridelmasri** ❤️❤️ **#mujerON**

Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Clarissa Egaña, representante de la marca de ropa *Port de Bras*, patrocinante y ponente del evento.

*Continuación Mensajes de agradecimientos*



**bluecaracas** Una mañana espectacular llena de muchas buenas energías! Felicitaciones a todos los que participaron y bello tu espacio creado por @esitzer y @esitzerproducciones y felicitaciones a @flash\_runway @campingshangrila @rsbswimwear 🥰



Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Aura Marina Hernández, representante de la empresa de relaciones públicas *Blue Press Service*, quien estuvo presente como invitada en el evento.

**alesacche** #MujerOn 🔥

-

Así se titula este proyecto de tesis, un evento muy refrescante que da a conocer a esa mujer empoderada #Venezolana 🙌 con invitadas especiales muy talentosas que nos dejaron perplejos con sus anécdotas 🥰

~

Uno de los mensajes más lindos que compartieron, es que las ganas son todo para llegar a tu meta 🥰 ✨

~

En mis Historias o highlights está todo el evento ✨❤

~

#Sport #Yoga #SportLife #SaccheStyle #FlashRunway

Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Alejandro Sacchetti, reconocido bloguero de fashion y life style, quien estuvo presente como invitado en el evento.

## *Continuación Mensajes de agradecimientos*

flash\_runway #MujerOn ⚡ MIL GRACIAS a todas las que asistieron a este primer evento de wellness en @campingshangrila a beneficio de @alimentavenezuela Queremos darle un especial agradecimiento a nuestras marcas aliadas @portdebras @sunalawimwear @hatsyartsy @mandalaaccesorios3 y a nuestras speakers @rsanchezbueno @clarissa\_egana @natashaqs @nutriwhite por inspirarnos con sus mensajes y #empoderar a todas las venezolanas que fuimos el día de ayer con sus experiencias. Construir un mejor país es trabajo de todas! Gracias a las organizadoras del evento @isabellabriquet @macaelmasri @alejandra.qs @andreinacollg ⚡ 🙌 .

.

.

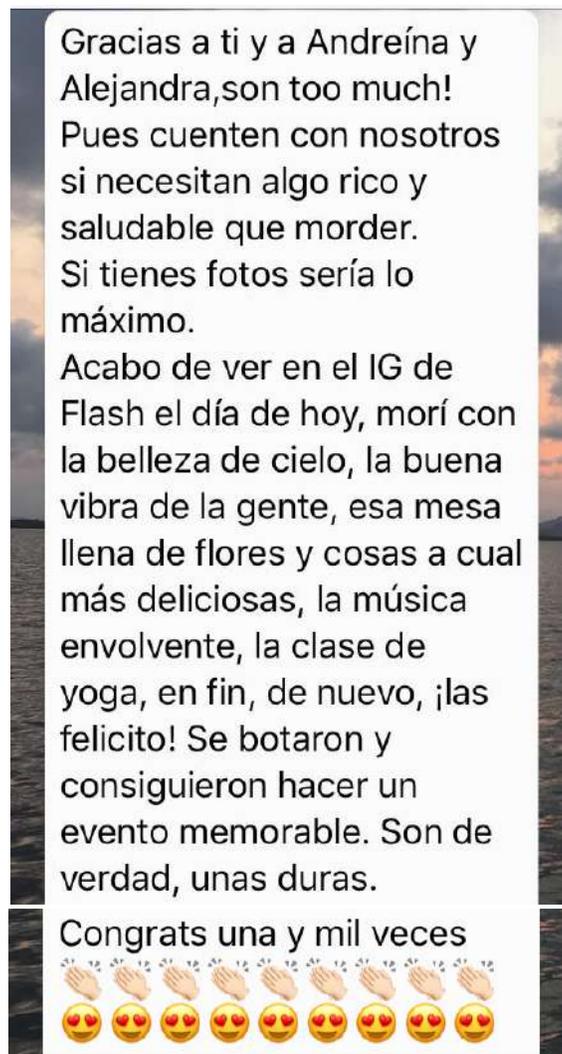
#wellness #empowerment #yoga

Mensaje de agradecimiento en la plataforma de Instagram por Flash Runway, patrocinante principal del evento.

Anexo 14.2

*Mensajes de agradecimientos*

*WhatsApp*



Mensaje de agradecimiento en la plataforma de WhatsApp por la representante de la marca de postres saludables *Agrarius Cocina*, patrocinante del evento.

## X. REFERENCIAS

Betty Avanzini, (2018) *Marketing para Eventos: Cómo promocionarlos en redes sociales*. Recuperado el 19 de marzo de 2019 de <https://blog.cool-tabs.com/es/marketing-para-eventos-redes-sociales/>

Caitlin Moran, (2011) *How to be a Woman (1 edición)* Inglaterra

El Emprendedor (2018) *Aramis Rodríguez: Revelan nuevas estadísticas sobre el emprendimiento en Venezuela*. Recuperado el 17 de marzo de 2019 de: <http://periodicoelemprendedor.com/ve/mercados/item/3450-revelan-nuevas-estad%C3%ADsticas-sobre-el-emprendimiento-en-venezuela.html>

El Nacional (2017) *Isabel Delgado: Consejos para Emprendedoras*. Recuperado el 15 de marzo 2019 de: [http://www.el-nacional.com/noticias/entretenimiento/consejos-para-emprendedoras\\_183121](http://www.el-nacional.com/noticias/entretenimiento/consejos-para-emprendedoras_183121)

El Nacional (2017) *Yazmely Labrador: Emprendedores en Venezuela, héroes sin capa ante la crisis*. Recuperado el 17 de marzo de 2019 de: [https://www.google.co.ve/amp/www.el-nacional.com/amp/noticias/variedades/emprendedores-venezuela-heroes-sin-capa-ante-crisis\\_78544](https://www.google.co.ve/amp/www.el-nacional.com/amp/noticias/variedades/emprendedores-venezuela-heroes-sin-capa-ante-crisis_78544)

*Emprendimiento en Venezuela (SF) Luis Sandoval: Emprendimiento en Venezuela*. Recuperado el 8 de marzo de 2019 de: <https://www.emprender-facil.com/es/emprendimiento-en-venezuela/>

Estés, C. P. (1993). *Mujeres que corren con los lobos*. Barcelona: Zeta.

Fernanda Corral (2017) *Empoderamiento para mujeres de bajos recursos*. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de: <http://ectagono.com/empoderamiento-para-comunidades-de-bajos-recursos/>

Jenny Machado (2017) *Fedecámaras ¿Cómo emprender en tiempos de crisis?* Recuperado el 20 de marzo de 2019 de <http://fedecamarasradio.com/emprender-tiempos-crisis-venezuela-2/>

Juan Merodio, (2010) *Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva*, España.

Manuel Moreno Molina, (2014) *El gran libro del community manager*. España, Madrid.

María Díaz, (2017) *Estrategias Digitales para que tu evento sea un éxito*. Recuperado el 7 de marzo de 2019 de:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-digitales-eventos>

Marjane Satrapi, (2004) *Persépolis (primera edición)* Irán.

Mensaje del Secretario General (2017) en ocasión del Día Internacional de la Mujer. (n.d.). Recuperado de

<http://onu.org.ve/mensaje-del-secretario-general-2017-en-ocasion-del-dia-internacional-de-la-mujer/>

El empoderamiento de las mujeres y las niñas es la única forma de proteger sus derechos y garantizar que puedan alcanzar todo su potencial.

Naresh K. Malhotra, (2016) *Investigación de Mercados (quinta edición)* México.

Sant, L. (n.d.). *Mujeres del Futuro, Venezuela: Conectando, Inspirando, Apoyando y Construyendo*. Recuperado de

<https://www.caf.com/es/actualidad/eventos/2017/03/mujeres-del-futuro-venezuela-2017/>