

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

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

ORGANIZACIÓN DEL EVENTO DE YOGA “CARACAS SOBRE EL MAT” CON EL
FIN DE RECAUDAR FONDOS PARA EL TRATAMIENTO DE CÁNCER DE
MANUEL ORELLANA

Autores:

Borges Tomassoni, Victoria Vanessa
Mejías Aristeguieta, Andrea Carolina
Valeriano Keller, Elena

Profesor coordinador:
Rodríguez Gil, Rubén

Caracas, 7 de marzo de 2016

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	7
TEMA.....	7
MODALIDAD	7
JUSTIFICACIÓN.....	7
MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PFC	9
OPORTUNIDAD QUE SE QUIERE ATENDER CON EL TRABAJO	9
MARCO TEÓRICO	10
PROYECTO FINAL DE CARRERA (PFC)	10
EVENTO.....	10
YOGA	11
MAT	11
SADHANA	11
POWER YOGA.....	12
REGISTERED YOGA TEACHER 200HRS	12
MONITOR DE YOGA	12
YOGA SOUNDS.....	12
MANDALA	12
MALA.....	13
INFLUENCIADORES.....	13
CÁNCER	13
CÁNCER EN VENEZUELA	14
MÉDULA ÓSEA.....	14
ESTRATEGIA	15
PRE-EVENTO	15
EVENTO.....	16

POST-EVENTO	17
PROPUESTA	18
PRODUCCIÓN DEL EVENTO	21
PRE-EVENTO	21
a. Público meta	21
b. Día, fecha y lugar	21
c. Comités de trabajo	21
d. Ponentes y marcas	22
e. Patrocinios y proveedores.....	27
f. Logística y planificación	30
g. Programa del evento	33
h. Identidad Gráfica.....	34
i. Presupuesto	37
j. Comunicación y promoción	37
EVENTO.....	41
POST-EVENTO	43
RESULTADOS.....	45
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS	52
Anexo 1.	52
Anexo 2.	53
Anexo 3.	53
Anexo 4.	54
Anexo 5.	55
Anexo 6.	56
Anexo 7.	57
Anexo 8.	58

Anexo 9.	59
Anexo 10.	60
Anexo 11.	61
Anexo 12.	61
Anexo 13.	62
Anexo 14.	62
Anexo 15.	63
Anexo 16.	63
Anexo 17.	64
Anexo 18.	64
Anexo 19.	64
Anexo 20.	65
Anexo 21.	66
Anexo 22.	67
Anexo 23.	68
Anexo 24.	68
Anexo 25.	69
Anexo 26.	70
Anexo 27.	72
Anexo 28.	73
Anexo 30.	75
Anexo 31.	76
Anexo 32.	78
Anexo 33.	79

RESUMEN

Somos tres alumnas de la Universidad Monteávila, unidas en equipo para realizar el Proyecto Final de Carrera correspondiente a nuestro último año de Comunicación Social. Éste consistió en una clase de yoga y un bazar de marcas afines en donde los asistentes colaboraron por una noble causa y a su vez salieron de la rutina diaria. El evento tuvo como objetivo fundamental recaudar fondos para Manuel Orellana, un compañero que tiene cáncer, a través de la asistencia a una clase de yoga, que es una disciplina valorada como antídoto contra enfermedades.

Se eligió apoyar a esta persona porque además de estudiar con él, es alguien que está atravesando una dura y desgastante condición médica como lo es la mencionada anteriormente. No basta con lo invasivo que resulta para el individuo sino que también los tratamientos son sumamente costosos y, en este caso entre la búsqueda y evaluación de varias opciones, se encontró como la mejor alternativa el trasplante de médula ósea. Posible de realizar solo fuera de nuestras fronteras.

Debido a la esencia de los objetivos del evento, el mismo no tenía restricciones para los asistentes porque, mientras más participaran, mayor iba a ser la ayuda para Manuel y además “cualquier persona puede practicar yoga, mientras pueda respirar”. (Sri Pattabhi Jois, 1995).

Por ser umaistas y el evento ser a beneficio de otro estudiante de la universidad, la actividad tuvo como lugar la cancha de la Monteávila, nuestra casa de estudios que nos vio crecer académicamente durante estos últimos cinco años, espacio en el que un nutrido grupo de personas formaron parte durante media jornada de esta noble causa.

Palabras claves: colaboración, yoga, enfermedad, cáncer, evento, donación.

INTRODUCCIÓN

El presente Proyecto Final de Carrera busca demostrar y explicar detalladamente el proceso de recolección de fondos para una joven persona que padece cáncer. Fue el yoga la herramienta utilizada para organizar un evento en el que los asistentes participaron en una clase que además de brindarle bienestar y salud, ayudó con la causa que concierne este trabajo.

De algo tan amplio como lo es la disciplina que une lo físico, mental y espiritual, a algo tan particular como un caso de cáncer que resultó cercano a las creadoras del presente trabajo, se pretende acercar ambas realidades. Contrastar lo malo de una con lo bueno de la otra para superar ciertas adversidades.

Entre los beneficios del yoga, es conocida su función de fortalecer el sistema inmunológico, lo que evita contraer enfermedades. Es en esta relación que se desarrolló la elección de hacer un evento en el que una persona con una delicada condición médica y la práctica de la ancestral disciplina se encontraron con el fin de hacer una obra con una causa humana. La cual buscó ayudar, sensibilizar y encontrar bienestar en todos los sentidos y para cada participante, desde las autoras del proyecto, hasta los asistentes de la clase.

A continuación, en el presente trabajo se justifica la escogencia del tema y la razón del proyecto, se explican todos los aspectos tomados en cuenta para promocionar y llevar a cabo un evento benéfico, así como también sus detalles tanto antes, como durante y después del día de la actividad. Adicionalmente, se hace una evaluación de las medidas y acciones ejecutadas, y un análisis de los resultados obtenidos al finalizar el proyecto. De igual manera, se exponen unas breves recomendaciones para aquellas personas que quieran realizar a futuro un trabajo de esta naturaleza.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

TEMA

Desarrollo de un evento yoga y bazar de marcas afines, para la recaudación de fondos a beneficio del estudiante de 5to año de la Universidad Monteávila, Manuel Orellana, quien padece de cáncer.

MODALIDAD

Se adoptó para este trabajo la modalidad de producción de evento por ser el área de mayor interés y experiencia de sus integrantes. Éste fue elegido debido a que es un método dinámico en el que se tendría interacción directa con los participantes y se vería de cerca su colaboración. Así como también fue seleccionado por lo que conlleva la realización de cualquier tipo de evento, la estrategia, planificación, promoción, logística y organización, áreas de gran gusto para las integrantes de este trabajo final.

JUSTIFICACIÓN

El Proyecto Final de Carrera se realizó por ser un requisito indispensable para que el alumnado pueda adquirir el título de Comunicación Social en la Universidad Monteávila. Siendo un trabajo que busca reunir y aplicar los conocimientos aprendidos por los estudiantes a lo largo de su desarrollo en el recinto.

Se buscó desde un inicio para este Proyecto Final de Carrera, llevar a cabo un trabajo de responsabilidad social. Con compromiso y decisión de aprovecharlo para ayudar de alguna manera al entorno a través de la realización de una actividad colectiva benéfica, de una campaña de concienciación o de apoyo a alguna fundación. Se encontró que apoyar al compañero de estudios, Manuel Orellana, en el difícil camino que transita desde el año 2015 por el cáncer que padece, era una excelente idea para materializar los deseos de querer aportar algo para la sociedad.

En este sentido el yoga, disciplina en la que se une el cuerpo, la mente y el espíritu, sería una maravillosa herramienta para lograr el objetivo. En el libro *El Mundo del Yoga*, Anna Trökes, menciona entre sus utilidades: mejor salud, vitalidad, mayor resistencia frente a las enfermedades, disminución del estrés y de los dolores, calidad de vida, paz interior, bienestar y energía.

El tema de esta disciplina despertó en el equipo de este proyecto mucho interés cuando una de las integrantes, Andrea Mejías, se certificó en el Yoga Teacher Training “Sadhana Power Yoga” avalado por all you can yoga™. En ese sentido, aprendió sobre esta comunidad, sus inicios, emprendimientos y los eventos que realizaba. Paralelo a este suceso, la familia de Manuel creó un fondo particular para su tratamiento, en el que la gente aportaba una suma de dinero en el portal GoFundMe, que es un sistema de cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir recursos. Estos dos acontecimientos vinieron casi simultáneamente junto con el deseo de trabajar por una causa. Es por esto que fue una perfecta oportunidad para llevar a cabo una obra filantrópica como Proyecto Final de Carrera.

¿Quién es Manuel Orellana?

Hijo, hermano y amigo de 22 años, estudiante de Comunicación Social quien fue diagnosticado con cáncer. Junto con su condición médica, florecieron más que nunca esas personas incondicionales para él: familia y amigos que lo apoyaron en sus tratamientos y en el repentino giro que dio su vida.

¿Por qué ayudar a Manuel?

Primero, para explicar el porqué se hizo un evento benéfico para Orellana, es necesario entender lo que padece y su situación. En Enero del 2015, los médicos hallaron un tumor maligno entre sus pulmones, conocido como Linfoma No Hodgkin. Éste se origina en las células que defienden al organismo humano de infecciones y agentes extraños. El tumor era bastante grande, pero con quimio y radioterapia se logró erradicarlo casi por completo. Manuel terminó su tratamiento a principios de octubre, pero poco después comenzó a sentirse mareado y a tener dolores de cabeza, por lo que fue reingresado al hospital y se le descubrieron dos nuevos tumores en el cerebro que comprometen su vida. El siguiente paso a tomar era

someterse a un trasplante de médula ósea, tratamiento innovador y bastante eficiente que se basa en introducir un tejido biológico sano de un donante para que este nuevo pueda atacar y destruir el tumor del receptor. Pero por el alto costo del procedimiento y la situación económica, se abrieron fondos para recolectar dinero para este procedimiento.

MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PFC

Manuel es estudiante de Comunicación Social en el mismo recinto y aula que las autoras de este trabajo. Es por esto que la motivación a realizar el Proyecto Final de Carrera fue él, sus seres queridos y todos los conocidos que han luchado contra esta condición médica. Se quiso hacer un evento en el que se recaudaran fondos para ayudar a un admirable luchador y dar un aporte lo más significativo posible a la familia, con el fin de costear el tratamiento y hacerles, aunque sea un poco, más llevadera la situación. Que se sintieran acompañados y apoyados mientras atravesaban por ese difícil momento.

OPORTUNIDAD QUE SE QUIERE ATENDER CON EL TRABAJO

Con este proyecto se buscó que los asistentes dieran un aporte para una buena causa, pero que también encontraran los beneficios de una disciplina tan compleja y completa como lo es el yoga. Se pudo haber recolectado fondos de muchas otras maneras, como rifas, concursos o potazos, pero se prefirió hacerlo con esta práctica puesto que en la misma el hombre conecta su parte física con la mental y de esta unión recibe grandes ganancias como las mencionadas anteriormente, entre las cuales está la vitalidad, paz interior y disminución del estrés. Además de obtener un buen karma, como lo defiende el Buddhi Yoga o Karma Yoga que, según el portal *The Secrets of Yoga*, es una forma de esta disciplina basada en la idea de que toda acción que alguien realice causará la reflexión natural en ellos.

MARCO TEÓRICO

Capítulo dedicado a definir los términos tratados a lo largo de este proyecto, desde la escogencia del tema hasta el presente trabajo.

PROYECTO FINAL DE CARRERA (PFC)

Trabajo final que abarca e integra los conocimientos adquiridos por los estudiantes de la Universidad Monteávila y las destrezas comunicacionales necesarias para desarrollar un proyecto con creatividad, excelencia e investigación.

La realización de estos es la oportunidad para que el alumno ponga en práctica todos los saberes aprendidos durante la carrera de una forma profesional, en la que demuestre su capacidad de asumir el compromiso y las exigencias del campo laboral.

Entre sus objetivos está profundizar en temas del agrado de la persona y que sean relevantes, para adquirir conocimientos y propagarlo hacia otros interesados en el asunto; aplicar lo aprendido en los cinco años de carrera y ponerlo en práctica; y también tiene el fin de que se identifiquen las áreas de la comunicación para el ejercicio en el área laboral o posibles estudios posteriores.

EVENTO

Según el Diccionario de la Real Academia Española, evento es “un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva” (Real Academia Española, 2001). Dentro de su terminología se encuentra que es un acontecimiento organizado y planificado, y no imprevisto con una serie de características y etapas que deben seguirse paso a paso para lograr una correcta ejecución del mismo.

En su coordinación se deben sistematizar y ordenar todos los elementos, medios y esfuerzos con la finalidad de ejecutar de una manera adecuada la actividad final.

Mauricio Galliett, director nacional de Fábula Eventos, afirma que para que un evento sea exitoso debe contar con un brief, distribución de tareas, organización y un equipo hábil y capaz de realizar las asignaciones competentes a la ejecución de la actividad. Dentro de las recomendaciones que él ofrece y en sustento lo expuesto anteriormente sobre la planificación de un evento, la creación de un cronograma es imprescindible ya que en éste se establecen acciones con plazos establecidos, de forma que se registre un paso a paso.

“Se debe invertir en el mejor equipo, en buenos proveedores, en una organización de tiempo y tareas bien estructuradas. La calidad, rapidez en la atención y capacidad de realización son los grandes diferenciales en un segmento muy competitivo y no regulado” (Galliett, 2014, citado en América Economía 2014).

YOGA

Es una disciplina en la que se conecta mente, cuerpo y espíritu. Existen varias formas de practicarlo, las que se relacionan con este trabajo son: Karma Yoga y Raja Yoga. El primero, es la senda de la acción y servicio, hacer el bien sin esperar nada a cambio, aplicado al querer ayudar a Manuel. La segunda, consiste en el control físico y mental por medio de la práctica de asanas (posturas), la clase de yoga pertenece a ésta.

MAT

Es la superficie donde se realizan las secuencias de yoga, tiene como fin brindarle comodidad y seguridad al practicante, amortiguándolo y aislándolo del suelo.

SADHANA

Es el término en sánscrito que se refiere a la práctica espiritual diaria.

POWER YOGA

Es un estilo de yoga en el que se conecta el movimiento con la respiración. Esta practica se caracteriza por ser muy energética y estar enfocada en el desarrollo de la fuerza y resistencia cardiovascular.

REGISTERED YOGA TEACHER 200HRS

Traducido a español como “Profesor de Yoga Registrado 200 horas”, es la denominación que se adquiere luego de culminar el Entrenamiento de Profesores (Teacher Training) de 200 horas de duración. Este término es creado y otorgado por la Alianza de Yoga (Yoga Alliance), el cual es el organismo que rige las normas de esta disciplina.

MONITOR DE YOGA

Cuando las clases de yoga tienen numerosos practicantes se solicita a un monitor como apoyo para el profesor ayudándolo a ajustar y observar a los asistentes.

YOGA SOUNDS

Consiste en colocar durante una clase de yoga géneros musicales que funcionan acorde a la práctica de esta disciplina, mediante un Dj que elige y mezcla las melodías.

MANDALA

Su significado en sánscrito se define como circulo o rueda. Estos son gráficos que se utilizan para la meditación o como puntos energéticos que ayudan a equilibrar o transformar un entorno.

MALA

Es un instrumento semejante a un rosario y es utilizado durante la práctica de meditación.

INFLUENCIADORES

Son personas que se considera que tienen una gran importancia dentro de la sociedad por su gran número de seguidores en las redes sociales, debido a su experiencia y conocimientos en determinados áreas.

CÁNCER

Basado en la explicación de cáncer dada por la Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM), el término engloba un grupo numeroso de enfermedades que se definen por el desarrollo de células anormales, que se dividen y crecen sin control en cualquier parte del cuerpo. Mientras las células normales se dividen y mueren durante un período de tiempo determinado, la célula cancerosa “olvida” la capacidad para morir y se divide casi sin límite. Esta gran y excedida multiplicación forma unas masas, denominadas “tumores” o “neoplasias”, que en su expansión destruyen y sustituyen a los tejidos normales.

A pesar de que hay cientos de tipos de cáncer, en ocasiones son agrupados por el tejido u órganos en los que se origina la enfermedad. La SEOM, los expone de la siguiente manera:

Carcinomas: originados a partir de células epiteliales que cubren la superficie de órganos, glándulas o estructuras corporales.

Sarcomas: formados a partir del llamado tejido conectivo o conjuntivo, del que derivan los músculos, huesos, cartílagos o el tejido graso.

Leucemias: Su raíz viene dada en la médula ósea que puede producir anemia, infecciones y alteraciones de la coagulación (sangrados o trombosis).

Linfomas: Se desarrollan a partir del sistema linfático el cual es el encargado de ayudar al cuerpo a protegerse de infecciones y enfermedades. Puede surgir en cualquier parte porque este tejido linfático se encuentra en todo el cuerpo. Existen dos de este tipo:

- Linfoma de Hodgkin: hay linfocitos (células inmunitarias) anormales grandes en los ganglios linfáticos que se llaman células de Reed-Sternberg.

- Linfoma no Hodgkin (LNH): la American Cancer Society explica que este tipo comienza en las células llamadas linfocitos. Se encuentran en los ganglios linfáticos y en otros tejidos linfáticos (tal como el bazo o la médula ósea).

CÁNCER EN VENEZUELA

En Venezuela, se tiene un registro de 22 mil casos de cáncer según cifras publicadas por el Ministerio del Poder Popular para la Salud. Sin embargo, la Sociedad Anticancerosa de Venezuela cree que para el año 2016 la cifra se elevará a 50 mil, según el presidente de la asociación, el doctor Cono Gumina.

MÉDULA ÓSEA

En referencia al portal Medline Plus que ofrece información de salud, es el tejido esponjoso que se encuentra dentro de algunos huesos, como en la cadera y el hueso del muslo. Contiene células inmaduras llamadas células madre, las cuales pueden desarrollarse hasta ser glóbulos rojos que transportan oxígeno a su cuerpo, glóbulos blancos que combaten las infecciones y plaquetas que ayudan a la coagulación de la sangre.

ESTRATEGIA

El siguiente es el plan de acción estructurado realizado para la consolidación del proyecto, en el que se explican detalladamente las tres grandes y principales etapas de la producción del mismo: pre-evento, evento y post-evento.

PRE-EVENTO

1. Definir una actividad de yoga: De qué forma se puede fomentar el yoga en la ciudad de Caracas. (exposición fotográfica, clase, campaña, etc.)
2. A quién ayudar: Se desea ayudar a una persona u organización por medio del Proyecto Final de Carrera para que éste vaya mas allá y trascienda.
3. Conseguir un tutor: Un profesor que esté interesado en el proyecto y que conozca del tema.
4. Contactar a all you can yoga™: comentarles sobre el proyecto y buscar su patrocinio.
5. Contactar a Manuel Orellana: saber si la persona está interesada en ser apoyada monetariamente a través del evento.
6. Reunión con tutor: al establecer que el tutor sería Ruben Rodríguez, se estableció una reunión semanal con él, quien corrigió y guió a las autoras para la elaboración de su PFC.
7. Buscar locación: una vez definida la actividad de una clase de yoga con música a cargo de un Dj y un bazar a beneficio de Manuel Orellana, es necesario determinar el lugar en donde se llevará a cabo.
8. Pedir permisos: al haberse decidido que el mejor lugar para llevar a cabo la clase de yoga es la cancha de la Universidad Monteávila se debe contactar a las autoridades pertinentes para pedir los permisos de ésta.
9. Fecha y hora: analizar estratégicamente cuál es el mejor día y horario para la actividad.
10. Definir instructor y monitores de yoga: quién será la persona encargada de dar la clase y qué instructores estarán como apoyo con los alumnos.

11. Definir al Dj: por ser una clase de yoga la música no puede ser colocada por cualquier persona. Debe ser alguien que conozca los géneros adecuados para la actividad y que además los costos no sean muy altos, porque la intención es ahorrar lo máximo posible para que la mayoría de los fondos sean para la causa.
12. Contactar al estacionamiento: comunicarles la fecha del evento y el horario del mismo para que estén prevenidos.
13. Limpieza del lugar: resaltarle a la Universidad Monteávila la importancia de mantener al día las instalaciones donde será el evento y coordinar los utensilios que serán necesarios para mantener el orden del lugar.
14. Invitar a marcas para el bazar: se deben contactar a las marcas que se consideren estén relacionadas con la actividad y la disciplina del yoga.
15. Requisitos técnicos: buscar presupuestos de sonido y tarima para contratarlo.
16. Realizar imagen del evento: definir el nombre, diseñar logo y afiche.
17. Promocionar el evento: realizar una gira de medios, hacerle publicidad a la actividad por redes sociales, contactar influenciadores, colocar los afiches en estudios de yoga y carteleras de la Universidad Monteávila.
18. Correos: establecer una respuesta general para los participantes de la clase y del bazar.
19. Decoración: buscar ideas de cómo decorar el espacio y llevarlas a cabo.
20. Objetos de logística: organizar y enlistar todas las cosas que serán necesarias ese día como bolígrafos, marcadores, hojas, carteles, termos de agua, vasos, papel higiénico, refrigerio, entre otros.

Observar cuadro anexado para detalle de personas encargadas y duración que tomó realizar cada actividad. **(ANEXO 1)**.

EVENTO

1. Llegada: organizadores y ayudantes de protocolo llegaron a las instalaciones de la universidad para descargar los implementos y materiales de los carros.
2. Organización de la cancha: se despejó, ordenó y limpió esta área, se colocó la tarima para la clase de yoga.

3. Organización del bazar: se despejó, ordenó y limpió esta área, además de ubicar el mobiliario necesario.
4. Decoración: se decoró la tarima e instalaciones.
5. Logística: se ubicaron los termos de agua para la hidratación de los participantes, al igual que el papel higiénico en los baños.
6. Instalación de requisitos técnicos: se instaló la mesa para el Dj y sus equipos, como extensiones, cornetas, laptop, micrófonos, extensiones, entre otros.
7. Prueba de sonido: se comprobó cuál era el volumen ideal de micrófono y música.
8. Marcas del bazar: llegaron los participantes del bazar a organizar sus stands.
9. Bazar: las personas comenzaron a llegar al evento para disfrutar del bazar.
10. Clase: los practicantes se ubicaron en la cancha para comenzar la clase de Power Yoga.
11. Bazar: las personas continuaron disfrutando del bazar y luego .
12. Rifa: se rifaron los productos donados para la causa.
13. Salida: se recogió y procedió a la limpieza de las instalaciones.

Observar cuadro anexado para detalle de personas encargadas y duración que tomó realizar cada actividad. **(ANEXO 2)**.

POST-EVENTO

1. Totalización: se sumaron las donaciones.
2. Encuestas: se analizaron las encuestas realizadas.
3. Correos: se enviaron correos de agradecimiento.
4. Conclusiones: se realizaron las conclusiones del proyecto en base a los resultados obtenidos en las encuestas contestadas por los participantes y a las impresiones de las autoras del presente PFC.

Observar cuadro anexado para detalle de personas encargadas y duración que tomó realizar cada actividad. **(ANEXO 3)**.

PROPUESTA

En este apartado, se muestra un cronograma de las etapas de la realización del evento a través de un cuadro en el que se planifican a grosso modo las etapas de producción del evento:

Fase	Actividades	Cronograma
Pre-evento	a) Definir fisionomía del evento (lugar, participantes, público, etc.). b) Distribución de responsabilidades (comités). c) Presupuesto (patrocinantes, proveedores). d) Identidad. e) Promoción	1. Cuatro meses antes: <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de las posibles locaciones. - Contacto con all you can yoga™. - Definir target del público. - Planificación de ryder técnico. - Contactar profesores de yoga. 2. Tres meses antes: <ul style="list-style-type: none"> - Distribución de las responsabilidades. - Contacto con marcas para el bazar y al DJ encargado de amenizar el ambiente. - Establecimiento del nombre del evento. - Planificación del material publicitario. 3. Dos meses antes: <ul style="list-style-type: none"> - Definición del presupuesto de la locación, los stands para el bazar y todo aquello que se vaya a necesitar y utilizar. - Definición con los patrocinantes, proveedores y marcas afines al yoga su tipo de aporte. - Definición de instructor y monitores de yoga.

Fase	Actividades	Cronograma
Pre-evento	<p>a) Definir fisionomía del evento (lugar, participantes, público, etc.).</p> <p>b) Distribución de responsabilidades (comités).</p> <p>c) Presupuesto (patrocinantes, proveedores).</p> <p>d) Identidad.</p> <p>e) Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de contenido para las cuentas de las redes sociales del evento (Twitter e Instagram). <p>4. Un mes antes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear afiches. - Generar contenido de redes sociales para las cuentas del evento (Twitter e Instagram). - Promocionar el evento tanto en redes sociales de all you can yoga, como en las marcas que participarían del bazar y en las de influenciadores. Como también en las propias redes del evento. - Distribuir los afiches en la Universidad Monteávila y en escuelas de yoga. <p>5. Una semana antes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Invitación a programas de radio para hablar acerca del evento y promocionarlo. - Planificar la decoración del mismo. - Continuar con la publicidad a través de las redes sociales.

Fase	Actividades	Cronograma
Evento	<p>a) Logística y organización de los aspectos planificados en el pre – evento.</p> <p>b) Aplicación de encuesta a participantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dos horas antes de que iniciara el evento se comenzó la organización del mismo en la cancha de la Universidad. - Se colocaron las mesas de los stands de forma armoniosa haciendo que el bazar fuese ameno. - La logística fue en base a la distribución de las responsabilidades. - Se hizo revisión del ryder técnico, mantenimiento del lugar, recibimiento de las marcas del bazar y decoración del sitio. - La clase de yoga duró una hora y media y luego los participantes se dirigieron al bazar y a tener hidratación.
Post- Evento	<p>a) Análisis y tabulación de los recursos de medición utilizados para conocer el alcance del evento.</p> <p>b) Finalizar manual del evento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La semana después del evento se realizó la totalización del monto recaudado para Manuel Orellana. - Se envió un correo en agradecimiento a los ponentes, patrocinantes y marcas que participaron en el evento. - Análisis y medición de las encuestas realizadas a los asistentes. - Se finalizó el manual del evento.

PRODUCCIÓN DEL EVENTO

PRE-EVENTO

a. Público meta

Nuestro público meta fueron entusiastas del yoga, sin distinción de edad y sexo. Con poder adquisitivo, sensibles a la caridad y la solidaridad a través de la donación.

b. Día, fecha y lugar

Se decidió llevar a cabo el evento el día sábado 27 de febrero en un horario comprendido entre las 8 de la mañana y las 12 del mediodía. Esto a causa de que no estaban programadas actividades académicas en esa fecha a las que el proyecto pudiera resultarle un factor de distracción que interrumpiera con el curso normal del recinto. Así como también en una hora acorde para que permitiera usar luz natural y que fuera cómoda para los asistentes.

La cancha de la Universidad Monteávila fue elegida como el lugar para realizar la actividad por su amplio espacio y por encontrarse al aire libre, lo cual brindó mayor comodidad a la hora de disponer a los asistentes y al profesor para la clase, los stands del bazar y el Dj encargado de amenizar el ambiente.

c. Comités de trabajo

Para el buen y efectivo desarrollo del evento, se distribuyeron los roles principales entre las integrantes del PFC. De esta manera cada una era responsable de que se llevaran a cabo adecuadamente las actividades a las que estaba a cargo:

• **Comité de finanzas**

Andrea Mejías se encargó de esta área por su experiencia en eventos de Stand Up Comedy en los que se encargaba de enviar los presupuestos, prever posibles gastos y contar las ganancias de los shows.

• **Comité de participantes**

- Victoria Borges fue la encargada por poseer contactos de marcas afines al yoga para su posible asistencia al evento.

- Andrea Mejías también colaboró en este comité porque al certificarse de profesora de yoga, conoció gente de este mundo a la que se localizó para que asistiera y promocionara el evento.

• **Comité de identidad y comunicación**

Victoria Borges se encargó de esta área por tener previa experiencia en su trabajo en el que lleva la comunicación con los clientes y la identidad de la empresa.

• **Comité de logística y protocolo**

Elena Valeriano lideró esta área por tener experiencia como protocolo en eventos por su lugar de labor. Además de haber realizado un curso referente al tema.

d. Ponentes y marcas

Dentro de la realización de un evento se deben definir los posibles profesionales o especialistas en un área que serán parte de la misma; en el caso de

Caracas sobre el mat se seleccionaron como marcas y ponentes a diversos profesores de yoga y a productores afines a esta disciplina.

- **Modelo de carta de presentación para los ponentes**

Se realizó una carta para invitar al posible profesor de yoga y a los asistentes encargados de apoyarlo durante la clase de esta disciplina llevada a cabo en el evento *Caracas sobre el mat*. En la misma se relató el propósito y objetivo de este Proyecto Final de Carrera, así como también el por qué eran considerados excelentes candidatos para ofrecer una clase de Power Yoga en esta actividad. Se les explicó que el precio de su colaboración y cualquier tipo de aporte estaría dirigido íntegramente a la causa de nuestro compañero Manuel Orellana. (**ANEXO 4**).

- **Modelo de carta de presentación para las marcas**

Se realizó una carta para invitar a diferentes marcas y profesionales a asistir al evento *Caracas sobre el mat*. En la misma se relató el propósito y objetivo de este Proyecto Final de Carrera, así como también el por qué eran considerados excelentes candidatos para atender al encuentro, en donde podrían vender u ofrecer y dar a conocer aún más sus productos o servicios. Se les explicó que el precio del stand y cualquier tipo de aporte estaría dirigido en su totalidad a la causa de nuestro compañero Manuel Orellana.

Adicionalmente, se les invitaba a que compartieran el material publicitario del evento en sus redes sociales para dar a conocer a sus seguidores sobre el mismo y su naturaleza benéfica. (**ANEXO 5**).

- **Modelo de carta de agradecimiento para los ponentes y marcas**

Se redactó una carta con el fin de agradecer a todos aquellos que facilitaron y colaboraron en la clase de yoga que se realizó en el evento y que, además, realizaron publicaciones en sus redes sociales sobre el mismo. En la misma se reconoció su solidaridad y empatía al querer colaborar con un acto para recaudar fondos. (**ANEXO 6**).

- **Base de datos de ponentes y marcas (posibles y finales)**

Se elaboró un cuadro en el que se muestran todos los posibles ponentes a los que se les pidió dar la clase de yoga y a las marcas a las que se les invitó a participar en el bazar del evento y aquellos que confirmaron su asistencia o alguna donación de sus productos para vender o rifar. (**ANEXO 7**).

- **Currículos de los ponentes**

- **Andrea Mejías:**

Certificada en el Sadhana Power Yoga Teacher Training por all you can yoga™ y avalado por el Yoga Alliance como Registered Yoga Teacher 200 Hrs.

- **Alexandra Pico:**

Certificada en el Sadhana Power Yoga Teacher Training por all you can yoga™ y avalado por el Yoga Alliance como Registered Yoga Teacher 200 Hrs.

- **Erick Vivas:**

Certificado en el Sadhana Power Yoga Teacher Training por all you can yoga™ y avalado por el Yoga Alliance como Registered Yoga Teacher 200 Hrs.

- **Currículos de marcas**

- **Collage Designs:**

Marca dedicada a crear accesorios y adornos únicos hechos a mano.

- **Only Fit:**

Cremas untables elaboradas a base de frutos secos.

- **Only Yoga:**

Camisas de algodón peruano pintadas a mano, hechas especialmente para realizar yoga.

- **Begabung Sport:**

Mantequillas de maní natural.

- **Guasabi:**

Lycras y camisas para hacer ejercicio.

- **Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento**

- **Collage Designs:**

La creación de sus piezas como collares, atrapa sueños, pulseras y carteras, que están hechas a mano con materiales reciclados, buscan al igual que el yoga, preservar el medio ambiente.

- OnlyFit:

Se les pidió su participación en el bazar ya que al ser una marca que ofrece alimentos saludables, se ajusta a la práctica del yoga que busca también promover una vida sana y natural.

- OnlyYoga:

Están muy relacionados con la clase de esta disciplina previamente mencionada porque venden camisas pintadas a mano con símbolos alusivos al yoga y tanto su calidad como la tela las hacen perfectas para este tipo de prácticas.

- Begabung Sport:

Sus mantequillas de maní sin azúcares ni aditivos añadidos hace que los productos sean naturales y saludables, como lo es la práctica del yoga. Adicionalmente, el maní es un alimento que proporciona energía para realizar con un mejor rendimiento actividades físicas.

- Guasabi:

La práctica de yoga debe realizarse con ropa cómoda y que no impida realizar las posturas de la forma adecuada por lo que las lycras y la ropa que ofrecen se adaptan a la perfección a la actividad.

- Andrea Mejías:

Fue elegida para dar la clase de yoga del evento porque es una de las integrantes de este Proyecto Final de Carrera y estudiante del recinto por lo que fue cuidadosamente ideado que una alumna de la universidad diera la clase en esta casa de estudios por un compañero de clases en la misma

- Alexandra Pico y Erick Vivas:

Por estar certificados en instrucción de yoga, se les contactó como monitores para apoyar a la profesora y ofrecer correcciones de posturas a los participantes para que no resultaran lesionados.

e. Patrocinios y proveedores

Durante esta etapa es importante conseguir la mayor inclusión de diversas marcas en calidad de patrocinio dentro del evento con el fin de proporcionar alguna alternativa de apoyo a la causa.

- **Modelo de carta de presentación para patrocinantes**

Se realizó una carta con el objetivo de que la empresa a la cual se le dirigía, patrocinara el evento. Esto con el fin de aligerar los gastos para llevarlo a cabo y para que le hiciera publicidad en sus redes sociales no solo a la actividad sino también a la causa. (**ANEXO 8**).

- **Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes**

Se realizó una carta con el fin de agradecer a todos aquellos que patrocinaron el evento, brindaron donaciones y realizaron publicaciones en sus redes u otros medios alternativos como páginas web sobre el evento. En la que se reconoció su solidaridad y empatía al querer colaborar con un acto para recaudar fondos. (**ANEXO 9**).

- **Base de datos de empresas (posibles patrocinantes y finales)**

En el siguiente cuadro se muestran todas las posibles marcas a las que se les invitó a ser patrocinantes y aquellas que confirmaron su asistencia o aceptaron ser proveedores. (**ANEXO 10**).

• **Currículos de patrocinantes**

- **all you can yoga™:**

Comunidad global virtual de practicantes, profesores y estudios de yoga que se conectan y comparten su experiencia con esta disciplina alrededor del mundo.

- **Tomaloverde:**

Bebidas y productos creativos, naturales y sin aditivos. Donaron 60 tés que servirían como hidratación al momento de terminar la clase de yoga.

- **Muffins & tentaciones:**

Granolas saludables hechas a base de avena, frutos secos, pasas, coco y gotas de chocolate. La marca donó seis paquetes de sus productos para ser vendidos en el bazar y la ganancia obtenida fue a la causa de Manuel Orellana.

- **Espacio Mandala:**

Mándalas elaborados en diferentes materiales y dimensiones. La marca donó un mándala de vinilo para ser rifado y lo recaudado de esto fue dirigido al tratamiento de Manuel.

- **Atmala:**

Malas para la práctica de la meditación. Donó dos malas de madera para ser rifados y el monto y lo recaudado de esto fue dirigido al tratamiento de Manuel.

- **Termos Vapur:**

Botellas ecológicas plegables, cómodas y que se adaptan a cualquier forma y ocasión. Se utilizó como estrategia para que las personas adquirieran uno al finalizar la clase de yoga para tomar del agua de los termos dispuestos en el evento. En esta zona se daban vasos plásticos, pero los envases Vapur que estaban a la venta resultaban mejores porque tenían mayor capacidad de líquido y eran

ecológicos. Donaron 50 de estas botellas y el 100% de las ventas que fue dirigido en su totalidad a Manuel Orellana.

• Tipos de patrocinio

Existen distintos tipos de rangos producidos de la negociación de los patrocinios de las marcas o empresas en relación al aporte o apoyo brindado a la causa.

- Patrocinio de convenio:

1. El patrocinio conseguido fue con la comunidad global all you can yoga™, con la que se convino la presencia de su logo en las publicidades y el día del evento, a cambio de la promoción de *Caracas sobre el mat* a través de sus redes sociales y página web. (**ANEXO 11**).
2. La Universidad Monteávila también formó parte de este tipo de patrocinio, en el cual ofreció la cancha como locación para el evento y realizó difusión del mismo en sus redes, a cambio de colocar su logo en el material publicitario de la actividad.

- Patrocinio en producto o servicio:

1. Los proveedores fueron marcas relacionadas a la disciplina y a un estilo de vida saludable como lo son: Tomaloverde, Espacio Mandala, Atmala, Muffins & tentaciones y Termos Vapur. Estas marcas hicieron donaciones de algunos de sus productos para recaudar fondos para Manuel Orellana y realizaron publicaciones sobre el evento en sus redes sociales. Para visualizar los artículos aportados por las marcas, dirigirse a los anexos: **12, 13, 14 y 15**.
2. El apoyo de Dj Beto quien amenizó el ambiente y además ofreció sus servicios sin costo alguno en apoyo a la causa. (**ANEXO 16**).

f. Logística y planificación

Los siguientes fueron los aspectos necesarios a desarrollar en la organización y desarrollo del evento:

•Refrigerio

Se ofreció le agua a los asistentes para que se refrescaran y pudieran disfrutar de la actividad.

•Bazar

Una pequeña feria con negocios afines a la disciplina, que promovieran un estilo de vida saludable, natural y activo.

•Mobiliario

Para organizar y armar el bazar, fueron necesarias mesas para que las marcas dispusieran sus productos.

•Protocolo

- Monitores de yoga:

Apoyaron al profesor encargado de dar la clase y ayudaron a corregir las posturas de los asistentes.

- Generales:

Cuidaron que todo estuviera en orden y en su puesto, indicaron a las personas el lugar del evento, armaron las mesas para disponer a las diferentes marcas en el bazar y se encargaron de cualquier pormenor ocurrido inesperadamente.

• **Decoración**

Adornos acorde a la disciplina para ambientar el lugar. Como atrapa sueños guindados en los árboles y flores en puntos específicos de la cancha y sus alrededores para decorar el amplio espacio.

• **Limpieza y mantenimiento**

Cualquier tipo de limpieza hecha antes, durante o después de la actividad, estuvo en manos de las organizadoras del Proyecto Final de Carrera y del personal de mantenimiento de la universidad.

• **Baños**

Los baños de la universidad fueron los ofrecidos a los asistentes. Cuidando que tuvieran todos los implementos necesarios para su funcionamiento.

• **Tarima, sonido e iluminación**

- **Tarima:**

El instructor estuvo en una tarima pequeña de 3x3 metros para que los participantes pudieran ver sus movimientos y explicaciones, y para que el profesor tuviera mayor visión sobre ellos.

- **Sonido:**

Cornetas para un Dj encargado de colocar música acorde a la clase de yoga y luego amenizar el encuentro en el bazar.

- **Micrófono:**

Headset para el uso del instructor de yoga al momento de la clase.

- Iluminación:

No fue necesaria por la hora del evento.

• Entradas

El costo de las entradas para el evento fue de 1.000 Bolívares, pero ese precio fue llamado “aporte mínimo”. Con esto se buscó que por ser una actividad a beneficio de una persona que sufre de cáncer, la gente se sintiera libre de aportar lo que considerase, sin imponerle un límite.

• Vigilancia y estacionamiento

Para que el evento se pudiera llevar de una manera amena y tranquila, se les brindó a los asistentes seguridad profesional de la universidad. Así como también un lugar para poder aparcar sus vehículos y que estuvieran cuidados.

• Rifas

Con el fin de recolectar más dinero el día del evento, se rifaron seis premios para que los asistentes pudieran ganar: tres termos ecológicos marca *Vapur*, dos malas de *Atmala* y un Mandala de vinilo autoadhesivo tamaño 100x100cm donado por *Espacio Mandala*.

g. Programa del evento

Se realizó un cuadro para exponer de forma organizada cuál fue el programa el día del evento, en el que se muestra la hora de la actividad y quién fue el encargado de llevarla a cabo.

Hora	Encargado	Actividad
6am	Victoria, Elena y Andrea	Limpieza del área del evento
7am	Victoria, Elena y Andrea	Disposición de los equipos técnicos y pruebas de sonido
7am	Protocolo	Disposición de los stands del bazar
7:30am	Marcas	Establecimiento de las marcas en su respectivo lugar
8am		Inicio del evento
9am	Instructores y asistentes	Inicio de la clase de yoga
10:30am	Protocolo	Entrega de agua a los asistentes
11am	Andrea	Invitación para seguir disfrutando del bazar
12pm	Manuel Orellana e Ingrid Aristeguieta	Rifa de los premios
12:30pm	Victoria, Elena y Andrea	Agradecimiento por la asistencia y clausura del evento

h. Identidad Gráfica:

A continuación, se explica cómo se tomó la decisión de la identidad conceptual y visual del evento. Asimismo se incluyen las distintas piezas gráficas utilizadas para la promoción del evento:

- **Logo**

El logo del evento fue realizado en el programa Adobe Photoshop, tomando en cuenta la naturaleza del evento y lo que se iba a llevar a cabo el día de la actividad (**ANEXO 17**):

- **Nombre**

Caracas sobre el mat fue el nombre elegido porque el evento fue realizado en la ciudad de Caracas y *sobre el mat* porque éste es el objeto principal utilizado durante la práctica del yoga, además se quiso buscar algo que se relacionara con el yoga sin necesidad de nombrarlo.

- **Colores utilizados**

Morado: es un color sereno, espiritual, místico que alivia y calma, todas estas características están relacionadas y pertenecen al yoga.

Aguamarina: refleja tranquilidad, estabilidad, frescura y juventud, pero lo que más resalta de este color es que representa fe, salud y curación que es lo que se desea para el compañero Manuel Orellana.

- **Logotipo:**

Caracas sobre el mat.

- **Isotipo:**

- **Silueta de El Ávila**

Evoca uno de los símbolos más importantes de la ciudad capitalina y además la actividad fue realizada en la cancha de la Universidad Monteávila, ubicada a pie de montaña. (**ANEXO 18**).

- **Mat de yoga**

Por ser una actividad de yoga decidimos utilizar el artículo más importante para realizar esta disciplina. (**ANEXO 19**).

- **Tipografía**

Las tipografías expuestas a continuación fueron elegidas por caracterizarse por tener líneas rectas y limpias, sans serif, ya que se buscaba lograr una imagen minimalista.

- Caracas (Basic title font).
- sobre el mat (Avenir Next).

- **Afiche del evento**

Se dio continuidad a la identidad de la marca a la hora de hacer el afiche; respetando el logo, sus colores y tipografía. (**ANEXO 20**). Los nuevos elementos agregados fueron:

- Posturas de yoga: los dibujos se encuentran realizando el saludo al sol. Esta secuencia es realizada al principio de todas las clases de yoga.
- Foto de El Ávila: esta fotografía fue tomada desde la Universidad Monteávila con la intención de mostrar la locación del evento.
- Información: se agregó toda la información relacionada con el evento.

- **Material publicitario para Instagram y Twitter:**

- **Imagen del evento**

Se modificó el afiche del evento para ajustarlo al nuevo tamaño de Instagram (1080 × 1350 píxeles). Se colocaron los logos de la Universidad Monteávila y de all you can yoga™ arriba y a los lados, así como también se removió la franja blanca de abajo. (**ANEXO 21**).

- **Donaciones para Manuel Orellana**

Estas publicaciones se crearon con el fin de incentivar a las personas a realizar donaciones para Manuel. Así no asistieran al evento o se encontrasen en cualquier parte del mundo se realizaron imágenes en donde se podía observar las páginas para recaudar dinero de GoFundMe, en dólares y en euros. Se hicieron dos versiones de cada una: español e inglés, ya que el segundo idioma es el utilizado por la cuenta de nuestro patrocinante all you can yoga™ por ser un lenguaje universal y ellos ser una comunidad global. (**ANEXO 22**).

- **Promoción de bazar y patrocinantes**

Se crearon imágenes con fotos ya predeterminadas de las marcas que iban a estar en el evento a las que se le agregó el símbolo del mat, porque éste es un importante ícono a la identidad del proyecto. (**ANEXO 23**).

- **Promoción de entrevistas en la radio**

Estas imágenes tenían como fin informarle a nuestros seguidores y a las personas interesadas en asistir al evento a escuchar la información de Caracas sobre el mat por las entrevistas que se realizaron en la radio. (**ANEXO 24**).

i. Presupuesto

En la confección del presupuesto se abarcaron los cuatro meses de pre-producción y realización del evento *Caracas sobre el mat*. En el mismo se incluyeron los gastos de la locación, equipo técnico, refrigerio, profesionales del yoga, publicidad, decoración, mobiliario y limpieza. Por la naturaleza del evento, varios costos fueron exonerados como el alquiler de la locación donado por la Universidad Monteávila, los productos obsequiados por marcas para ser rifados en el evento y el aporte del servicio de sonido que ambientó el lugar brindado por el Dj. (ANEXO 25).

j. Comunicación y promoción

• Base de datos de medios

En aras de hacer una efectiva promoción del proyecto y transmitir un mensaje conciso, se planificaron las diferentes maneras de dar a conocerlo lo mejor posible. Para mantener el orden y ver claramente lo que se hizo, fue creada una base de datos de medios, en la que se muestra la persona o marca que hizo la publicidad, el medio de comunicación usado e influencia. Se expone en este apartado el alcance de cada cuenta de las redes sociales Instagram, Twitter y Facebook que apoyó la causa, y las visitas diarias de los portales web en los que se anunció el evento. (ANEXO 26).

• Plan de medios

Tomando en cuenta la esencia de la actividad y al público al cual estuvo dirigido, se desarrolló un plan de medios enfocado principalmente en la promoción y propagación de la actividad de manera atractiva y masiva. Para lo que se abarcaron distintos métodos, en aras de cumplir el objetivo de la campaña que fue dar a conocer el evento. Las tácticas adoptadas fueron las siguientes:

- Se colocaron afiches en puntos estratégicos como estudios de yoga porque es allí donde asiste una gran cantidad de personas que practican la disciplina. Adicionalmente, fueron pegados en las carteleras de la Universidad Monteávila por ser un evento de estudiantes del recinto y por ser llevado a cabo en sus instalaciones.

- A través del principal y de mayor alcance medio de comunicación de la actualidad, como lo son las redes sociales (Instagram, Twitter y Facebook), se hicieron publicaciones por las que se convocó a participar. Contando con marcas y personalidades relevantes en la vida caraqueña que además de brindar apoyo al hacerles llegar a sus seguidores la información, aportaron credibilidad a la iniciativa. **(ANEXO 27)**.

- Se redactó una nota de prensa referente a la actividad para ser publicada en varias páginas web distintas con el fin de alcanzar al público que las visita y a aquellos que prefieran leer un artículo de la actividad. **(ANEXO 28)**.

- Adicionalmente, se hizo una gira de medios por la radio, asistiendo a tres programas diferentes de la emisora 89.7 Circuito X para dar a conocer el evento Caracas sobre el mat. El primero, fue el lunes 22 de febrero a las 7 de la mañana en Una mañana tan linda como esta; luego, el miércoles 24 en Boconas a las 12; y por último, el viernes 26 en Bendito país a las 5 de la tarde. Cada programa publicó en sus redes sociales el afiche correspondiente al evento.

• **Estrategia promocional**

Se pretendió abarcar una variada cantidad de medios para convocar a la mayor cantidad de gente posible, desde redes sociales, hasta radio, notas de prensa, y afiches en físico en carteleras. En esta producción se buscó destacar el hecho de que la actividad era a beneficio de un muchacho para sus tratamientos contra el cáncer, en la que los asistentes disfrutarían los beneficios del yoga.

La estrategia se basó en la publicación de material visual atractivo creado para el evento. Es por esto que se crearon cuentas de Twitter e Instagram de

Caracas sobre el mat (@caracas_mat) para compartir el afiche y otros contenidos correspondientes al evento para dar información a los posibles asistentes. (**ANEXO 29**).

Se le pidió a diferentes marcas conocidas e influenciadores que publicaran en sus redes sociales la promoción, que por su poder de convocatoria y popularidad, lograron tener un mayor alcance en la gente. Estas cuentas fueron de personas o marcas relacionadas con la actividad, como por ejemplo, profesores de yoga.

Se colocaron los afiches en estudios de esta disciplina y en las carteleras de la Universidad Monteávila porque de esta manera se le buscaba llegar a personas que estuvieran transitando por el lugar, sin necesidad de estar tras una computadora o teléfono para conocer la iniciativa.

Con el fin de hacer más llamativo el encuentro, se incluyó un bazar de marcas afines al yoga en el evento, que fueran promotoras de un estilo de vida saludable y activo. Cada uno de estos invitados contaba con una gran cantidad de seguidores, lo que ayudó a dirigirse a más gente, mediante publicidades en sus redes y su participación en el evento.

Las entrevistas ofrecidas en la radio fueron otro medio para promocionar Caracas sobre el mat, en las que se buscó llegar a los oyentes para que asistieran al evento y conociera la situación de Manuel. Así como también los diferentes métodos de donación para que aquellos que no se animaran a la clase de yoga pero que quisieran apoyar a la causa, pudieran hacerlo.

Siendo el método de pago un factor de suma importancia en la iniciativa benéfica, se quiso facilitarles este momento a los asistentes. Brindando una cuenta destinada a estos fondos para que la persona hiciera un depósito, enviara el comprobante al correo de Caracas sobre el mat señalado en las publicidades, y no tuviera que ocuparse de esto el día de la actividad. Adicionalmente, se les ofreció otra metodología para pagar su asistencia mediante la donación en una causa creada especialmente para Manuel en la página web GoFundMe, posible de hacer tanto en dólares como en euros. De esta manera se buscó brindar mayor eficiencia, flexibilidad y fluidez al tener diferentes opciones para el aporte y por no cobrar a los asistentes el mismo día en la entrada. Estas diferentes opciones fueron

promocionadas tanto en los afiches del evento como en las redes sociales de las marcas y personalidades con las que se trabajó, y las propios.

EVENTO

Las organizadoras y ayudantes de protocolo estuvieron presentes desde las 6:30am en la Universidad Monteávila para comenzar con la organización del evento. Se empezó por quitar las arquerías de fútbol, malla de voleibol y cestas de básquet de la cancha. Luego se buscó y ubicó el mobiliario necesario para el bazar: 12 mesas, 16 sillas y la tarima para la clase de yoga.

A las 7:00am llegaron los encargados del sonido, se instaló la mesa para el Dj y sus equipos, como extensiones, cornetas, laptop, headset, entre otros. Se realizó la prueba de sonido para comprobar cuál era el volumen ideal del micrófono y de la música para que ésta no interrumpiera la voz de la profesora de yoga.

A las 7:30am llegaron los participantes del bazar a decorar y organizar los stands junto con todos sus productos a exhibir. Las organizadoras y ayudantes de protocolo también comenzaron con la decoración del evento: pegar los mándalas y símbolos afines al yoga realizados previamente, guindar atrapa sueños y móviles en los árboles, colocar flores y plantas en los espacios alrededor.

Se puso una flecha y afiche afuera del estacionamiento de la *Quinta Centro Ávila* para que las personas supieran fácilmente en dónde tenían que estacionar. Se aseguró que estuviera abierta la puerta que conecta la Universidad Monteávila con el estacionamiento. Se colocaron flechas que guiaran a los participantes desde la entrada del recinto hasta la cancha, papel higiénico en los baños y termos de agua para la hidratación de los asistentes.

La tarima donde se dio la clase se adornó con un tapiz de la India, donde se originó el yoga. Allí también se dispusieron floreros en sus cuatro esquinas, el mat de la profesora, bloques de yoga y un cuenco tibetano. A los lados, se colocaron mats para los participantes que no llevaron.

A las 8:00am comenzaron a llegar las personas para disfrutar del bazar mientras esperaban el inicio de la clase de yoga. En donde se encontraron las siguientes marcas: Collage Designs, Only Yoga, Only Fit, Atmala, Espacio Mandala,

Termos Vapur, Tomaloverde, Begabung Sport, All You Can Yoga, Muffins & Tentaciones, Guasabi. En este momento, un Dj amenizaba el ambiente con música acorde a la ocasión. Se habilitó un centro de taquilla en el que era posible inscribirse en caso de no haberlo hecho anteriormente, donar algún monto a la causa de Manuel o comprar una rifa que sería anunciada al final del evento. Los premios de este concurso fueron donaciones hechas a *Caracas sobre el mat* como apoyo a Orellana: un vinilo de Espacio Mandala, dos malas de Atmala y tres termos Vapur.

A las 9:00am los practicantes comenzaron a dejar sus pertenencias en las gradas donde habían letreros que indicaban “bolsos, carteras, zapatos” para luego acercarse a la cancha y reservar su puesto en la clase de yoga al ubicar el mat.

La clase comenzó a las 9:30am mientras se esperaba que llegaran todos los asistentes a la clase, en total fueron 50. Fue una clase de Power Yoga, dictada por Andrea Mejías, integrante de este Proyecto Final de Carrera. Al culminar la clase las personas permanecieron en el bazar y esperaron hasta el final para saber los resultados de la rifa. Manuel Orellana asistió al evento y recibió el cariño de todas las personas que lo estaban apoyando.

A las 12:30 del mediodía se retiraron todos los participantes del evento, por lo que se procedió a recoger y arreglar el lugar. Las mesas, sillas y tarima fueron devueltas a su respectivo puesto, el sonido fue guardado, la basura fue echada en bolsas negras, y se limpió el espacio en el que se llevó a cabo la actividad.

POST-EVENTO

Luego de la realización del evento se tomó como vía de medición una encuesta que se le realizó a los asistentes. En éstas se les pidió responder y/o valorar, dependiendo del caso, aspectos como: la actividad en general, medio por el cual se enteraron, organización, relación con la causa benéfica, clase de yoga, aspectos a mejorar y apariencia del material visual usado para la promoción. **(ANEXO 30)**.

De las 70 personas que acudieron al evento, se tomó una muestra de 50 para realizar un análisis. Se les aplicó una encuesta, que permanecería de manera anónima para que pudieran responder libremente y sin presión, de preguntas breves en las que tuvieron varias opciones para elegir. A continuación un estudio de los resultados de dichas respuestas:

Para empezar, cuando se le preguntó al público lo que le había parecido *Caracas sobre el mat* en líneas generales, su respuesta apuntó hacia una buena recepción del mismo porque todas las calificaciones estuvieron entre las dos mejores opciones: excelente y bueno.

La mayoría de las personas contestó que supo del evento porque alguien más se lo comentó y por Instagram. Esto quiere decir que la técnica boca a boca para el evento fue la de mayor eficiencia, tal vez por ser para alguien joven y conocido se regó la voz y la gente lo compartió. Además que ya la causa de Manuel en el portal de recolección de fondos GoFundMe se había vuelto casi viral en esa fecha por la cantidad de veces que se compartió en distintas redes sociales. Por otro lado, Instagram también resultó bastante efectiva para promocionar el evento, a causa de la cantidad de personas y marcas que publicaron el afiche e información en sus cuentas.

Los aspectos que más recomendaron los encuestados a mejorar fueron la organización y el bazar. Sobre el primer punto, es probable que la falta de comunicación y la inexperiencia, jugaran un papel importante por lo que los asistentes se dieron cuenta de esto. En cuanto al segundo aspecto, el bazar fue

pequeño y ante esta crítica constructiva del público se considera que se pudo haber convocado a otras marcas para que fuera más interesante y llamativo este espacio.

Con respecto al logo y la imagen del evento, fue bien visto por los asistentes porque la mayoría opinó que era excelente. Esto causa gran satisfacción porque demuestra que los conocimientos aprendidos en la materia diseño gráfico en la universidad fueron de gran utilidad. Se usaron estas herramientas con el fin de realizar un material gráfico atractivo y que concordara con lo que significó el evento.

A pesar de que casi la mitad de los participantes no tenía noción previa de la condición de Manuel, asistieron por el hecho de que éste era un evento a beneficio de una buena causa. Es por este tipo de acciones que se refleja la solidaridad y empatía de los venezolanos hacia los demás que por ejemplo en este caso no sabían la situación de Orellana, pero aun así se acercaron para aportar su granito de arena mientras disfrutaron de una clase de yoga.

Por último, pero ciertamente no menos importante, el 100% de la muestra afirmó que la idea de una clase de yoga para apoyar una causa, es decir la base de nuestra tesis, era una buena decisión y que volverían de repetirse un evento como éste. Con esta respuesta se evidenció que a pesar de tener algunos altibajos, normales por ser el primer evento realizado por las integrantes de este proyecto, la esencia del mismo se mantuvo y llegó a cada uno de los asistentes que acompañaron esa mañana.

Gracias a la encuesta, se apreció la reacción y respuesta del público en cuanto a lo que fue *Caracas sobre el mat*, desde su promoción, pasando por la decoración del espacio y la clase de yoga, hasta la razón filantrópica que tuvo el mismo. Razón por la cual las integrantes de este Proyecto Final de Carrera ven con bastante satisfacción y alegría el evento que produjeron por una noble causa.

RESULTADOS

Al culminar el evento, se sumaron todas las donaciones realizadas en efectivo y transferencia. Las cuales dieron como resultado un total de **173.800,94 Bs.** Por otra parte, se registró el 13 de febrero del 2016 que la cuenta en dólares de GoFundMe, primer día en que se publicó el afiche del evento por la cuenta de Instagram de all you can yoga™, tenía 45.511\$ en donaciones. Para la fecha 04 de marzo del 2016, existían 52.351\$ donados, de los cuales se tiene la certeza que **535\$** fueron gracias a *Caracas sobre el mat.* En el caso de la cuenta en euros de GoFundMe, se registró para las mismas fechas mencionadas 1.950€ en un inicio y posteriormente **2.980€**. De estas últimas cifras no se puede comprobar que alguna donación haya sido gracias a este Proyecto Final de Carrera, pero fue el cambio evidenciado durante este período.

Del monto recaudado en Bolívares, se le restaron 12,226 Bs. con el fin de reponer los gastos realizados para cumplir con los objetivos de este proyecto. Con un resultado final de **161.574,94 Bs.** a beneficio del trasplante de médula de Manuel Orellana.

CONCLUSIONES

Se pudieron evidenciar los conocimientos adquiridos en los cinco años de carrera de Comunicación Social en la Universidad Monteávila, los cuales hicieron mucho más competente la elaboración de este Proyecto Final de Carrera. En el área de diseño, se sintió una gran motivación al ver que las capacidades aprendidas para crear los que se tenía en mente eran de suma utilidad para realizar la identidad gráfica del proyecto, sin necesidad de contratar a personas externas. Al igual de las capacidades de dicción y narración al enfrentarse en una cabina de radio para hacer promoción e inclusive en el momento de tomar fotos, grabar y editar videos para documentar el evento.

No solo la carrera ha dado conocimientos prácticos sino también antropológicos. Como por ejemplo lo es la condición radicalmente humana: el hombre existe por el amor y para el amor y solo en el amor se perfecciona. Amar según Aristóteles, es la voluntad de querer para alguien lo que se considera que es bueno, así como ponerlo en práctica hasta donde alcance la capacidad de ellos.

Esto fue lo que pasó en el proyecto *Caracas sobre el mat* en apoyo a Manuel Orellana. Aproximadamente 80 venezolanos, muchos que ni siquiera lo conocían personalmente, se mostraron preocupados y solidarios respecto a su salud, ofreciendo aportes monetarios, los cuales variaron según las posibilidades de cada quien. A pesar de que el país se encuentra en una de las crisis económicas más graves de la historia, se demostró que entre tanto caos y supervivencia aun existen personas que buscan trascender, tarea que la Universidad Monteávila se encarga de forjar diariamente en sus estudiantes. Al formar profesionales integrales que siempre busquen ir más allá.

Según el Banco Central de Venezuela: “la inflación al cierre del año pasado fue de 270,7%, una cifra nunca antes vista en la historia económica del país y que muestra la precaria situación de los sueldos y salarios de los trabajadores”. (*El Nacional Web, 2016*).

La sociedad venezolana debe llenarse de esperanza, además de abrir los ojos para resaltar las cosas buenas que aun existen en el país. La ética de Aristóteles señala: la convivencia y por ende la sociedad es un medio enteramente imprescindible para la perfección y la felicidad del ser humano.

El hombre necesita de los demás para alcanzar su plenitud, lo que le trae como consecuencia crecimiento personal, vivencia de instituciones como comunidades y la búsqueda del bien común. Es por ello que se quiso llevar a cabo un Proyecto Final de Carrera donde los integrantes y participantes pudieran trascender, además de fomentar la disciplina del yoga que tiene como utilidades mayor felicidad, paz interior y bienestar. Lo que se considera como una herramienta ideal para lograr los objetivos anteriormente mencionados.

RECOMENDACIONES

Durante la realización de este Proyecto Final de Carrera se reflexionó sobre la creación y crecimiento a futuro de un evento como *Caracas sobre el mat*, que conllevó esfuerzos. A pesar de obtener resultados satisfactorios, hubo situaciones particulares en el desarrollo de la producción y coordinación de la actividad que se mencionarán más adelante para ser tomados en cuenta como consejos y recomendaciones, comprendiendo que toda actitud positiva y la voluntad de hacer las cosas llevarán al evento al rumbo ideal.

La organización y planificación con varios meses de antelación es un tema fundamental al momento de producir un evento y debe ser acatado estrictamente. Es importante llevar de manera escrita, para que quede constancia, todas las etapas y las tareas que deben hacerse para que sean cumplidas y que no se dejen para último minuto o que surja algún imprevisto que luego no se pueda arreglar o evitar. El éxito de un acontecimiento se basa en seguir un cronograma aún más detallado y tener un control del mismo, de los tiempos y actividades estipuladas para lograr una excelente ejecución del evento.

Por otro lado, es necesario tener y llevar todos los materiales o utensilios que se necesitarán durante la actividad porque de esta forma se ahorrará tiempo en la preparación para el inicio del mismo.

Es importante la repartición de las responsabilidades entre los integrantes del equipo de tal manera que cada uno pueda mostrar y desarrollar sus habilidades y aptitudes y lo aprendido durante los 5 años de carrera. A pesar de que las tareas estén repartidas no se debe olvidar que es un trabajo en equipo y que en cualquier instancia deben apoyarse para lograr un excelente trabajo.

Como una actividad dentro del evento, para el bazar es recomendable aumentar la capacidad de expositores y contactar y negociar con muchas más marcas acerca de su asistencia al mismo y que de esta forma exista un público al cual dirigirse más amplio.

Otra observación sería acerca de la clase de yoga, se debe optar por una locación en donde las personas se sientan lo más cómodas posibles, de tal forma que se logre el verdadero objetivo de la disciplina, despejar la mente y ubicarse en el momento presente. En la experiencia vivida hubo mucho sol, lo que distrajo e incomodó a algunos de los participantes.

En esta era tecnológica donde los medios de comunicación hacen que los mensajes lleguen con mayor rapidez y se descubran más cosas, se debe buscar la forma más efectiva de publicidad y promoción para que el evento tenga un mayor alcance y que un gran número de personas pueda conocerlo y animarse a asistir.

Es importante recordar que de cada error que se cometa, es una lección que se debe aprender, así se mejora como ser humano y como profesional en todo aquello que se quiera realizar, la constancia y la perseverancia deben ser valores que no deben perderse sino reforzarse.

REFERENCIAS

- all you can yoga™. (2015). About all you can yoga™. Recuperado el 10 de diciembre de 2016, de: <https://allyoucanyoga.com/aboutus>

- América Economía. (2014). 6 Consejos para organizar un evento exitoso. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/6-consejos-para-organizar-un-evento-exitoso>

- American Cancer Society. (2016). ¿Qué es el linfoma no Hodgkin?. Recuperado el 3 de febrero de 2016, de: <http://www.cancer.org/espanol/cancer/linfomanohodgkin/guiadetallada/linfoma-no-hodgkin-what-is-what-is-non-hodgkin-lymphoma>

- El Comercio. (2014). Esto debes hacer para lograr que tu evento sea exitoso. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de: <http://elcomercio.pe/economia/peru/esto-debes-hacer-lograr-que-tu-evento-sea-exitoso-noticia-1746180>

- El Nacional Web. (18 de enero de 2016). Venezuela tiene la inflación más alta del mundo: por encima de Sudán y Ucrania. Recuperado el 3 de marzo de 2016, de: http://www.el-nacional.com/sociedad/Yoga-Barrios-celebrara-aniversario_0_712728739.html

- Globovisión. (2015). SAV: Casos de cáncer en Venezuela se elevarán a 50 mil en 2015. Recuperado el 3 de febrero de 2016, de: <http://archivo.globovision.com/hay-13-millones-de-casos-anuales-de-cancer-en-el-mundo/>

- Instituto Nacional del Cáncer. (2015). ¿Qué es el cáncer?. Recuperado el 3 de febrero de 2016, de: <http://www.cancer.gov/espanol/cancer/que-es>

- Instituto Nacional del Cáncer. (2015). Linfoma. Recuperado el 3 de febrero de 2016, de: <http://www.cancer.gov/espanol/tipos/linfoma>

- Medline Plus. (2016). Enfermedades de la médula ósea. Recuperado el 6 de febrero de 2016, de:
<https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/bonemarrowdiseases.html>

- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Madrid, España: Autor.

- Sociedad Española de Oncología Médica, SEOM. (2013). ¿Qué es el cáncer y cómo se desarrolla?. Recuperado el 3 de febrero de 2016, de:
<http://www.seom.org/en/informacion-sobre-el-cancer/que-es-el-cancer-y-como-se-desarrolla#sthash.oatj8A7k.dpuf>

- The Secrets of Yoga. (2014). Karma Yoga. Recuperado 15 de diciembre de 2015, de: <http://es.thesecretsofyoga.com/karma-yoga.html>

- Universidad Monteávila. (2011). Proyectos Finales de Carrera. Recuperado el 24 de enero de 2016, de:
https://www.uma.edu.ve/interna/238/0/proyectos_finales_de_carrera

ANEXOS

Anexo 1.

Detalle del plan de acción del pre-evento.

Pre-Evento		
Actividad	Encargado	Duración
1. Definir una actividad de yoga	Integrantes PFC	3 semanas
2. A quién ayudar	Integrantes PFC	3 semanas
3. Conseguir un tutor	Integrantes PFC	4 semanas
4. Contactar a all you can yoga™	Andrea Mejías	3 días
5. Contactar a Manuel Orellana	Elena Valeriano	1 día
6. Reunión con tutor	Integrantes PFC y tutor	12 semanas
7. Buscar locación	Integrantes PFC	3 semanas
8. Pedir permisos	Victoria Borges	1 día
9. Fecha y hora	Integrantes PFC	2 días
10. Definir instructor y monitores de yoga	Andrea Mejías	1 día
11. Definir al Dj	Andrea Mejías	1 día
12. Contactar al estacionamiento	Elena Valeriano	1 día
13. Limpieza del lugar	Victoria Borges	2 días
14. Invitar a marcas para el bazar	Elena Valeriano	1 semana
15. Requisitos técnicos	Victoria Borges	1 semana
16. Realizar imagen del evento	Andrea Mejías	1 semanas
17. Promocionar el evento	Integrantes PFC	2 semanas
18. Correos	Andrea Mejías	2 semanas
19. Decoración	Elena Valeriano	2 semanas
20. Objetos de logística	Victoria Borges	2 días

Elaboración propia

Anexo 2.

Detalle del plan de acción del evento.

Evento		
Actividad	Encargado	Duración
1. Llegada	Organizadores PFC y Protocolo	15 min
2. Organización de la cancha	Organizadores PFC y Protocolo	30 min
3. Organización del bazar	Organizadores PFC y Protocolo	30 min
4. Decoración	Organizadores PFC y Protocolo	1 hora
5. Logística	Organizadores PFC y Protocolo	1 hora
6. Instalación de requisitos técnicos	Ing. De sonido y Dj Beto	45 min
7. Prueba de sonido	Dj Beto y Andrea Mejías	15 min
8. Marcas del bazar	Participantes Bazar	30 min
9. Bazar	Participantes Bazar	1 hora
10. Clase	Andrea Mejías, Monitores y Dj	1 hora y 30 min
11. Bazar	Marcas participantes	1 hora y 30 min
12. Rifa	Ingrid Aristeguieta	15 min
13. Salida	Organizadores PFC y Protocolo	1 hora

Elaboración propia

Anexo 3.

Detalle del plan de acción del post-evento.

Post-Evento		
Actividad	Encargado	Duración
1. Totalización	Organizadores PFC y Protocolo	1 hora
2. Encuestas	Organizadores PFC y Protocolo	1 hora
3. Correos	Organizadores PFC y Protocolo	30 min
4. Conclusiones	Organizadores PFC y Protocolo	2 horas

Elaboración propia

Anexo 4.

Modelo de carta de presentación para los ponentes.



Caracas, día de mes de año.

Estimado **NOMBRE DEL PONENTE,**

Me dirijo a ustedes, con motivo del Proyecto Final de Carrera Caracas sobre el mat, en el que se dará una clase de yoga con el objetivo de recaudar fondos a beneficio de Manuel Orellana, quien padece cáncer.

Por ser una clase de yoga numerosa se necesitara de la participación de dos monitores que apoyena a la instructora de yoga para ajustar y estar alerta de los participantes.

La misma se llevará a cabo en la cancha de la Universidad Monteávila el 27 de febrero del presente año, desde las 8:00 am hasta las 12:00 pm.

Sin más a que hacer referencia me despido.

Muchas gracias y saludos,



Andrea Mejías Aristeguieta

0424.257.6254

Elaboración propia

Anexo 5.

Modelo de carta de presentación para las marcas.



Caracas, día de mes de año.

Señores **MARCA INVITADA,**

Me dirijo a ustedes, con motivo al Proyecto Final de Carrera llamado *Caracas sobre el mat*, en el que se dará una clase de yoga con el objetivo de recaudar fondos a beneficio de Manuel Orellana, que padece cáncer.

El mismo se llevará a cabo en la cancha de la Universidad Monteávila el 27 de febrero del presente año, desde las 8:00am hasta las 12:00pm.

Para darle mayor dinamismo e interés al evento se realizará un bazar con negocios afines a la disciplina, que promuevan un estilo de vida saludable, natural y activo como lo hacen ustedes. Es por esto que nos encantaría que su marca fuera parte del mismo.

Muchas gracias y saludos.



Andrea Mejías Aristeguieta

0424.257.6254

Elaboración propia

Anexo 6.

Modelo de carta de agradecimiento a ponentes y marcas.



Caracas, día de mes de año.

Señores **MARCA INVITADA,**

En esta ocasión me dirijo a ustedes, con el fin de agradecer su participación y el apoyo brindado dentro de *Caracas sobre el mat*. Sin duda, participar en esta experiencia con ustedes ha colaborado enormemente en aumentar el éxito de nuestro Proyecto Final de Carrera.

Sin más que agregar me despido volviendo a agradecerles por su presencia.

Muchas gracias y saludos,



Andrea Mejías Aristeguieta

0424.257.6254

Elaboración propia

Anexo 7.

Base de datos de ponentes y marcas.

Marca	Producto	Respuesta	Status
Only Yoga	Ropa de yoga	Sí	Confirmada asistencia
Collage designs	Accesorios hechos a mano	Sí	Confirmada asistencia
Begabung Sports	Mantequillas de maní artesanales	Sí	Confirmada asistencia
Only Fit	Mantequillas de frutos secos	Sí	Confirmada asistencia
Guasabi	Ropa de ejercicio	Sí	Confirmada asistencia
Heladería Vegan Fruit	Helados Veganos	No	Donación monetaria
Mi barranco	Hortalizas y vegetales. Productos naturales.	No	Sin respuesta
Toston Boards	Tablas de equilibrio	No	Sin respuesta
Coconutiesve	Coco deshidratado	No	Sin respuesta
Mandala Atlético	Ropa de yoga	No	Sin respuesta
Naturinas	Mantequillas de frutos secos	No	Sin respuesta
Ponente	Cargo	Respuesta	Status
Andrea Mejías Aristeguieta	Instructora de yoga	Sí	Confirmada asistencia
Alexandra Pico	Monitor de yoga	Sí	Confirmada asistencia
Erick Vivas	Monitor de yoga	Sí	Confirmada asistencia
Luis Colmenares	Monitor de yoga	No	Compromiso

Elaboración propia

Anexo 8.

Modelo de carta de presentación para patrocinantes.



RIF: J-30647247-9

Caracas, día de mes de año.

Señores **PATROCINANTES**,

Me dirijo a ustedes, con motivo del Proyecto Final de Carrera el cual consiste en la realización de un evento llamado *Caracas sobre el mat*, en el que se dará una clase de yoga con el objetivo de recaudar fondos a beneficio de Manuel Orellana, que padece cáncer.

El mismo se llevará a cabo en la cancha de la Universidad Monteávila el 27 de febrero del presente año, desde las 8:00am hasta las 12:00pm.

Gracias al gran alcance que tienen en sus redes sociales quisiéramos que el evento fuese promocionado en las mismas, de igual modo, el logo de su empresa estaría en todo el material publicitario y durante la actividad, ofreciéndoles un mayor crecimiento y reconocimiento de la marca.

Muchas gracias y saludos.



Andrea Mejías Aristeguieta

0424.257.6254

Elaboración propia

Anexo 9.

Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes.



Caracas, día de mes de año.

Señores **PATROCINANTES**,

En esta ocasión me dirijo a ustedes, con el propósito de agradecerles su apoyo brindado en la promoción de nuestro evento Caracas sobre el mat y por su participación en la misma.

Sin duda, esta experiencia con ustedes ha colaborado enormemente en aumentar el éxito de nuestro Proyecto Final de Carrera.

Sin más a que agregar, me despido volviendo a agradecerles por su presencia.



Andrea Mejías Aristeguieta

0424.257.6254

Elaboración propia

Anexo 10.

Base de datos de empresas.

Patrocinante	Producto o servicio	Respuesta	Status
all you can yoga™	Comunidad global de yoga	Sí	Confirmada asistencia
Tomaloverde	Té frío	Sí	Donación de un producto para rifarlo
Espacio Mandala	Mandalas de vinilo	Sí	Donación de un producto para rifarlo
Atmala	Malas	Sí	Donación de un producto para rifarlo
Termos Vapur	Termos Ecológicos	Sí	Donación de un producto para rifarlo
Muffins & Tentaciones	Granolas	Sí	Donación de un producto para rifarlo
Dj Beto	Servicio de dj	Sí	Confirmada asistencia y servicio
Universidad Monteávila	Locación	Sí	Confirmado servicio
Gatorade	Bebidas energizantes	No	Negado el patrocinio por asuntos internos de la empresa

Elaboración propia

Anexo 11.

Presencia de *all you can yoga*™ en el evento por su patrocinio.



Anexo 12.

Presencia de *Tomaloverde* en el evento por su patrocinio.



Anexo 13.

Presencia de *Muffins & tentaciones* en el evento por su patrocinio.



Anexo 14.

Presencia de *Espacio Mandala* en el evento por su patrocinio.



Anexo 15.

Presencia de *Atmala* en el evento por su patrocinio.



Anexo 16.

Presencia de *Dj Beto* en el evento por su patrocinio.



Anexo 17.

Logo del evento.



Elaboración propia

Anexo 18.

Descomposición del logo: silueta de El Ávila.



Elaboración propia

Anexo 19.

Descomposición del logo: mat.



Elaboración propia

Anexo 20.

Afiche del evento.



The poster features a central purple circle with a white mountain range silhouette. Below the mountains, the word "CARACAS" is written in a large, thin, sans-serif font, with a small spiral icon at the end. Underneath "CARACAS", the words "sobre el mat" are written in a smaller, lowercase font. Below the circle, there is a row of ten simple line-art icons representing various yoga poses. The text "A BENEFICIO DE MANUEL ORELLANA" is centered below the icons, followed by "Power Yoga + Yoga Sounds". The event details "CLASE 9AM BAZAR 8AM/12PM 27 DE FEBRERO" and "CANCHA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA" are listed below. At the bottom, there are two lines of text: "Aporte mínimo 1.000BsF. Para inscripción y pago" and "o tu donación por  caracamat@gmail.com". The bottom of the poster shows a photograph of a lush green landscape with trees and a mountain in the background. In the bottom left corner, there is a logo for "Universidad Monteávila" with the RIF number "J-30647247-9". In the bottom right corner, there is a logo for "all you can yoga." inside a square frame.

CARACAS
sobre el mat

A BENEFICIO DE MANUEL ORELLANA
Power Yoga + Yoga Sounds

CLASE 9AM BAZAR 8AM/12PM 27 DE FEBRERO
CANCHA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

Aporte mínimo 1.000BsF. Para inscripción y pago
o tu donación por  caracamat@gmail.com

 Universidad Monteávila
RIF: J-30647247-9

 all you can yoga.

Elaboración propia

Anexo 21.

Versión del afiche para Instagram.



Elaboración propia

Anexo 22.

Publicación de Instagram y Twitter para promocionar donaciones por GoFundMe.

Español.

The image shows a GoFundMe page for a fundraiser named Manuel. The page is in Spanish. At the top, it says "Manuel Needs your Help". Below this is a photo of Manuel, a young man with a shaved head, smiling. To the right of the photo, it shows the amount raised: "\$40,686 of \$250k" and "Raised by 498 people in 2 months". There is a "Donate Now" button. Below the photo, the text reads "APOYA A MANUEL DESDE CUALQUIER PARTE DEL MUNDO" and provides the URL "https://www.gofundme.com/friendsformanu". The GoFundMe logo is visible, along with a row of icons representing various people and a logo for "all you can yoga". A purple circular watermark with the text "CARACAS sobre el mat" is overlaid on the right side of the page.

Inglés.

The image shows a GoFundMe page for a fundraiser named Manuel, identical to the one above but in English. At the top, it says "Manuel Needs your Help". Below this is a photo of Manuel, a young man with a shaved head, smiling. To the right of the photo, it shows the amount raised: "\$40,686 of \$250k" and "Raised by 498 people in 2 months". There is a "Donate Now" button. Below the photo, the text reads "JOIN US HELPING MANUEL FROM EVERY PART OF THE WORLD" and provides the URL "https://www.gofundme.com/friendsformanu". The GoFundMe logo is visible, along with a row of icons representing various people and a logo for "all you can yoga". A purple circular watermark with the text "CARACAS sobre el mat" is overlaid on the right side of the page.

Anexo 23.

Publicación de Instagram y Twitter para anunciar a marcas participantes del bazar.



Anexo 24.

Publicación de Instagram y Twitter para anunciar entrevistas en la radio.



Anexo 25.

Tabla de presupuesto.

	Detalle	Cantidad	Costo por unidad (Bs.)	Subtotal (Bs.)	Descuento	Total (Bs.)
Locación	Cancha de la UMA	1	6,000	6,000	(6,000)	
Equipo técnico (alquiler)	Headset	1	10,000	10,000	(10,000)	
	Extensiones	2	2,000	4,000	(4,000)	
	Cornetas	3	20,000	60,000	(60,000)	
Refrigerio	Agua (botellones)	2	300	600	-	
	Vasos plásticos	1	376	376	-	
	Hielo (bolsas)	6	450	2,700	-	
	Termos	2	1,500	3,000	(3,000)	
Profesionales de yoga	Instructor	1	3,000	3,000	(3,000)	
	Monitores	2	1,500	3,000	(3,000)	
Publicidad del evento	Afiches	25	224	5,600	-	
Decoración	Flores	10	200	2,000	-	
	Atrapasueños	5	1,000	5,000	(5,000)	
	Floreros	4	500	2,000	(2,000)	
	Papel bond	2	100	200	-	
Mobiliario	Mesas	12	1,000	12,000	(12,000)	
	Sillas	16	1,000	16,000	(16,000)	
Limpieza	Bolsas de basura	3	200	600	-	
	Papel higiénico	3	50	150	-	
Premios de rifas	Mandala de vinilo	1	20,000	20,000	(20,000)	
	Malas	2	5,000	10,000	(10,000)	
	Termos Vapour	3	250	750	(750)	
Total				166,976	(154,750)	

Elaboración propia

Anexo 26.

Base de datos de medios.

Instagram		
Nombre	Cuenta	Influencia (seguidores)
Centro de Estudiantes UMA	ceumonteavila	2984
Atmala	atmala_	1255
all you can yoga™	allyoucanyoga	83.7k
Efrain	trainingthemind	2327
Ligia Velasquez	ligisvelasquez	9093
Aya Sabina	ayaskb	1016
Erick Vivas	erickvivasvnz	1314
Cen de Estudiantes UM	fceunimet	3426
Heladeria Vengan Fruit	heladeriaveganfruit	42.1k
Espacio Mandala	espaciomandala	16.1k
Ana Cristina	acroyogana	1524
Record Sports VE	recorssportsve	4488
Only Fit Venezuela	onlyfitvzla	37.4k
Yoga Venezuela	yogavenezuela	6412
Roger Villasana	rogerf_1202	1041
MaruHealthy	maruhealthy	5475
Rolando Díaz	rolandomuchacho	4007
Universidad Monteávila	monteavila	2304
Ama Centro de Yoga	amacentrodeyoga	2546
Housam Ankah	housamankah	1437
Ganesha Code	ganeshacode	3545
Collage Designs	collagedesigns	2266
Carlos Duran	ermorochoCarlos	3236
Diego De La Cova	diegodelacova	1566
Helemir Solorzano	bitacorafitness	13.1k

Continuación de la base de datos de medios.

Twitter		
Nombre	Cuenta	Influencia (seguidores)
Yoga Venezuela	yoga_venezuela	1,101
Hoy Que Hay	hoyquehay	485 K
Bitacora Fitness	bitacorafitness	50,3 K
Plastilinate	plastilinate	27,5 K
Estefanía Díaz	estefaniadiazr	1,556
Yoga Tailor	yogatailor	20,6 K
El Primer Chourio	chourio	3,849
Golfeados Don Goyo	unosolonobasta	17,5 K
Boconas	boconas	57,9 K
Ghanghest	ghanghest	10,6 K
Mati Aristeguieta	matiariste	2,680
Caracas Vibra	cvibra	14,1 K
Universidad Monteávila	monteavila	11,3 K
Manuel Lebon	lebotronico	3,176
Circuito X	circuitox	33,4 K
lifeSTYLE = You	lifestyleofyou	11,1 K

Facebook		
Nombre	Cuenta	Influencia (Likes)
Sports Solutions	Sports Solutions	1506
Collage Designs	Collage Designs	157
Yoga Venezuela	Yoga Venezuela	218
Heladería Vegan Fruit	Heladería Vegan Fruit C.A	1241
Leo Herrera	Leo Herrera	4601
Alejandra Otero	Alejandra Otero	2017
Nadia María	Nadia María	2105
Diego De La Cova	Diego De La Cova	1489
Universidad Monteavila	Ceuma Universidad Monteávila	103

Portales web		
Nombre	URL	Influencia (visitas diarias)
Hoy Qué Hay	www.hoyquehay.net	2019
all you can yoga™	www.allyoucanyoga.com	1031
El Universal	www.eluniversal.com	351704

Elaboración propia

Anexo 27.

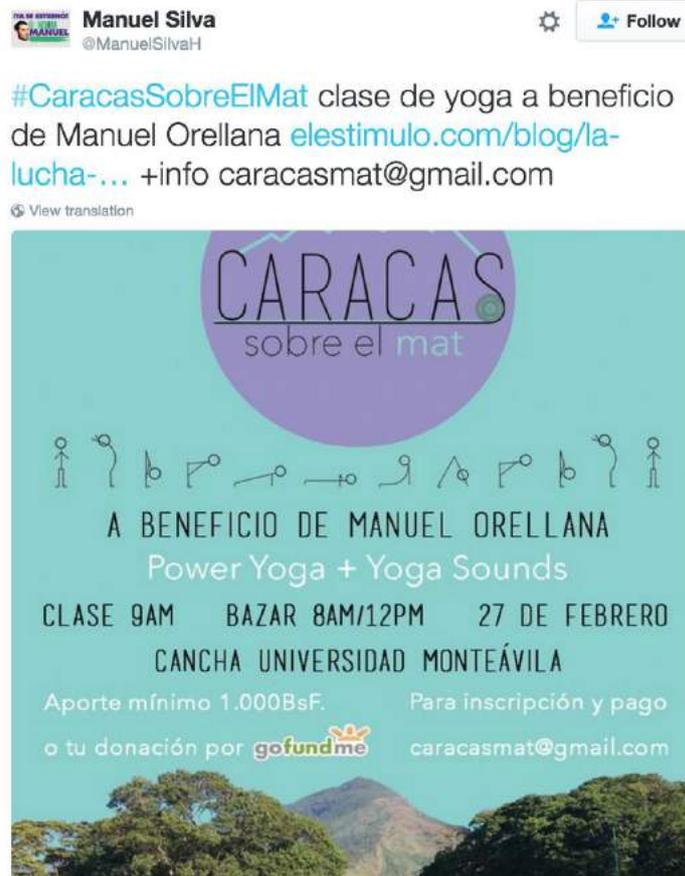
Invitación de marcas e influenciadores a sus seguidores a *Caracas sobre el mat*

Instagram.



The image shows an Instagram post from the account 'heladeriaveganfruit'. The post features a promotional flyer for an event titled 'CARACAS sobre el mat'. The flyer includes the following text: 'A BENEFICIO DE MANUEL ORELLANA Power Yoga + Yoga Sounds', 'CLASE 9AM BAZAR 8AM/12PM 27 DE FEBRERO', 'CANCHA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA', 'Aporte mínimo 1.000BsF.', and 'Para inscripción y pago o tu donación por [gofundme](#) caracasmat@gmail.com'. The Instagram post itself shows 79 likes and a caption in Spanish: 'Mañana sábado 27 de febrero se llevará a cabo #CaracasSobreElMat @caracas_mat una experiencia con doble propósito: #feeltheyogahigh en una clase de Power Yoga a beneficio de Manuel Orellana, estudiante del último año de la carrera de Comunicación Social, quien necesita del apoyo de todos para realizarse un trasplante de médula ósea. Los invitamos a participar en este maravilloso evento y aportar su granito de arena para ayudar a Manuel. Para más información acerca del evento y donaciones pueden escribir a caracasmat@gmail.com o contactar a los organizadores a los números 0424.257.62.54 y 0412.256.10.02. #Caracas #Ccs #Monteavila #evento #27feb'.

Twitter.



The image shows a Twitter post from Manuel Silva (@ManuelSilvaH). The tweet text is: '#CaracasSobreElMat clase de yoga a beneficio de Manuel Orellana elestimulo.com/blog/la-lucha-... +info caracasmat@gmail.com'. Below the text is a 'View translation' link and a large image of the same promotional flyer seen in the Instagram post. The flyer contains the same event details: 'CARACAS sobre el mat', 'A BENEFICIO DE MANUEL ORELLANA Power Yoga + Yoga Sounds', 'CLASE 9AM BAZAR 8AM/12PM 27 DE FEBRERO', 'CANCHA UNIVERSIDAD MONTEÁVILA', 'Aporte mínimo 1.000BsF.', and 'Para inscripción y pago o tu donación por [gofundme](#) caracasmat@gmail.com'.

Anexo 28.

Nota de prensa del evento.



Caracas Sobre El Mat

El próximo 27 de febrero será la clase de yoga “Caracas Sobre El Mat”, en la cancha de la Universidad Monteávila, donde la ciudad se estirará con doble propósito: disfrutar de los beneficios de la disciplina al aire libre y además apoyar a Manuel Orellana.

Manuel, es un joven de 22 años, estudiante de Comunicación Social en la Universidad Monteávila. Quien padece de cáncer y el único tratamiento innovador que puede ayudarlo es el trasplante de médula ósea. Un costoso procedimiento que no existe en el país.

En Caracas Sobre El Mat podrás disfrutar de una clase de Power Yoga dictada por Andrea Mejías Aristeguieta, acompañada de Yoga Sounds para ambientar la actividad. Además de un Bazar de marcas afines a la disciplina, que promueven un estilo de vida saludable, natural y activo, para darse un gustico. El costo de la entrada será: aporte mínimo 1.000 BsF. o donación por GoFundMe. Para

Continuación de nota de prensa.

inscripción y pago: caracasm@gmail.com

Detalles de la actividad

- Fecha: 27 de febrero.
- Lugar: Cancha de la Universidad Monteávila.
- Hora Clase Yoga: 9:00am.
- Horario del Bazar: 8:00am a 12:00pm.

Donaciones

- Donación en BsF.
Nro. 0102 0694 4101 0000 0082
Banco de Venezuela
Cta. Ahorro
C.I. 23.710.542
Victoria Borges
victoriaborgest@gmail.com

- Donación en \$ por Go Fund Me: <https://www.gofundme.com/friendsformanu>

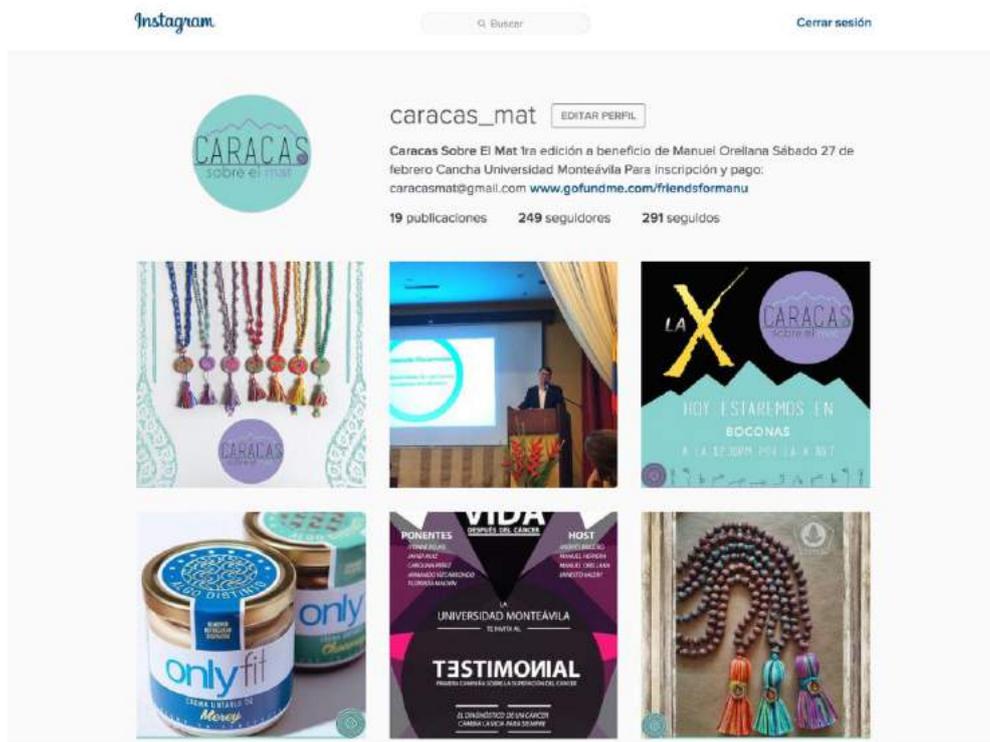
- Donación en € por Go Fund Me: <https://www.gofundme.com/friendsformanuel>

Elaboración propia

Anexo 29.

Cuentas en redes sociales de *Caracas sobre el mat*.

Instagram.



Twitter.



Anexo 30.

Modelo de encuesta para los asistentes.



Encuesta Caracas sobre el mat

1. ¿Qué te pareció Caracas sobre el mat?
 - ! Excelente.
 - ! Bueno.
 - ! Normal.
 - ! Regular.
 - ! Malo.

2. ¿Cómo crees que estuvo la organización del evento?
 - ! Excelente.
 - ! Bueno.
 - ! Normal.
 - ! Regular.
 - ! Malo.

3. ¿Volverían a un evento como este?
 - ! Sí.
 - ! No.

4. ¿Te gustó la iniciativa de una clase de yoga para apoyar una causa?
 - ! Sí.
 - ! No.

5. ¿Qué te motivó ir a Caracas sobre el mat?
 - ! Clase de yoga.
 - ! Recaudación de fondos para Manuel Orellana.
 - ! Bazar.
 - ! Rifa.

6. ¿Cómo te enteraste del evento?
 - ! Radio.
 - ! Instagram.
 - ! Twitter.
 - ! Por alguien más.
 - ! Afiches.

Continuación de la encuesta aplicada a los asistentes.

7. ¿Conocías la situación de Manuel Orellana?
 - Sí.
 - No.

8. En tu opinión, ¿cómo estuvo el aporte mínimo de 1.000 Bs. para asistir al evento?
 - Adecuado.
 - Barato.
 - Costoso.

9. ¿Cuál es tu opinión sobre el logo y la imagen del evento?
 - Excelente.
 - Bueno.
 - Normal.
 - Regular.
 - Malo.

10. En una escala del 1 al 10, siendo 10 el mejor puntaje, ¿qué te pareció la clase de yoga?
—

11. ¿Te gustaron las marcas invitadas al bazar?
 - Sí.
 - No

12. ¿Qué aspectos mejorarías?
 - Organización.
 - Horario del evento.
 - Locación.
 - Bazar.
 - Clase de yoga.
 - Publicidad.
 - Decoración.
 - Nada



Elaboración propia

Anexo 31.

Clase de yoga. (Fotos tomadas por María Panza).



Continuación de la clase de yoga.



Anexo 33.

Bazar. (Fotos tomadas por María Panza).



Continuación del bazar.



Continuación del bazar.

