



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

EVENTO EDUCATIVO - ÁGORA P247

Autores: Contreras Medina, Luis Adolfo

C.I 25.839.942

Jurado Paredes, Alba Inés

C.I 26.178.123

Tutor: Licdo. Vicente Corostola

Caracas, 13 de marzo de 2020

Índice

1. RESUMEN	8
2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	9
2.1 Introducción	9
2.2 Justificación	10
2.3 Tipo de proyecto	10
3. MARCO TEÓRICO	12
3.1 Antecedentes	12
3.1.1 Educación en Venezuela	14
3.1.2 Educación Universitaria en Venezuela	16
3.1.3 Eventos educativos en Venezuela	18
3.2 Marco Conceptual	21
3.2.1 La educación	21
3.2.2 Tipos de educación	21
3.2.2.1 La educación informal	22
3.2.2.2 La educación no formal	22
3.2.2.3 La educación formal	22
3.2.2.4 Tipos de educación formal	22
3.2.2.4.1 Educación preescolar	23
3.2.2.4.2 Educación primaria	23
3.2.2.4.3 Educación secundaria	24
3.2.2.4.4 Educación superior	24
3.2.2.4.4.1 Pre grado	24
3.2.2.4.4.2 Especialización	24
3.2.2.4.4.3 Maestría	24
3.2.2.4.4.4 Doctorado	24
3.3 Evento	25
3.3.1 Clasificación de evento	26
3.3.1.1 Eventos culturales	26
3.3.1.2 Eventos educativos	26
3.3.1.3 Eventos religiosos	26
3.3.1.4 Eventos sociales	26
3.3.1.5 Eventos escolares	26
3.3.1.6 Eventos empresariales	26
3.3.1.7 Eventos políticos	27
3.4 Tertulia	27
4. ESTRATEGIA	29
4.1 Análisis FODA	29
5. PRE PRODUCCIÓN	33

5.1	Ágora como incentivo para la educación	33
5.2	Manual de producción	34
5.3	Concepto del evento	34
5.4	Objetivo del evento	35
5.4.1	Objetivo general	35
5.4.2	Objetivo específico	35
5.5	Cronograma de actividades	35
5.6	Público meta	39
5.7	Alianza con la fundación	39
5.8	Día, fecha y lugar del evento	40
5.9	Comités de trabajo	42
5.9.1	Comité de planificación	42
5.9.1.1	Área de finanzas	42
5.9.1.1.1	Encargado	43
5.9.1.1.2	Tareas y día del evento	43
5.9.1.2	Área de participantes	44
5.9.1.2.1	Encargado	44
5.9.1.2.2	Tareas y día del evento	44
5.9.2	Comité de acción	45
5.9.2.1	Área de identidad y comunicación	45
5.9.2.1.1	Encargado de identidad	45
5.9.2.1.2	Tareas y día del evento	45
5.9.2.1.3	Encargado de comunicación	46
5.9.2.1.4	Tarea y día del evento	46
5.9.2.2	Área de logística y protocolo	46
5.9.2.2.1	Encargado	46
5.9.2.2.2	Tarea y día del evento	46
5.10	Participantes	47
5.10.1	Modelo de carta de participantes	47
5.10.2	Modelo de cartas de agradecimientos	47
5.10.3	Base de datos de participantes	47
5.10.3.1	Base de posibles ponentes	48
5.10.3.2	Base de datos definitivos	48
5.10.4	Mini biografía de participantes	49
5.10.5	Patrocinio y proveedores	50
5.10.5.1	Modelo de carta de patrocinio	52
5.10.5.2	Base de datos de posibles ponentes	53
5.10.5.3	Tabla de posibles patrocinantes	53
5.10.5.4	Patrocinantes oficiales	54
5.10.6	Presupuesto	55
5.10.6.1	Patrocinantes	58
5.10.7	Logística y planificación	60

5.10.7.1Refrigerio	60
5.10.7.2Obsequio	61
5.10.7.3Protocolo	61
5.10.7.4Tareas de protocolo	62
5.10.7.4.1 Montaje	62
5.10.7.4.2 Producción	62
5.10.7.5Decoración	63
5.10.8 Sonido	64
5.11 Entrada	64
5.12 Programa del evento	65
5.13 Identidad grafica	67
5.13.1 Logotipo	67
5.13.2 Tipografía	67
5.13.3 Concepto	67
5.13.4 P247	68
5.13.5 Colores y texturas	68
5.13.6 Colores	69
5.13.7 Texturas	70
5.13.8 Composición y tipografía	70
5.14 Comunicación y promoción	71
5.14.1 Datos de la emisora	72
6. PRODUCCIÓN	73
7. POST PRODUCCIÓN	76
7.1 Seguridad	77
7.2 Limpieza	77
7.3 Refrigerio	77
7.4 Protocolo	77
7.5 Moderador	77
8. CONCLUSIONES	78
9. RECOMENDACIONES	79
10. REFERENCIAS	81
11. GLOSARIO	87
12. ANEXOS	89

DEDICATORIA

El presente trabajo denominado Ágora P247 a modo de Proyecto Final de Carrera como requisito fundamental para optar al título de Licenciados en Comunicación Social lo dedicamos a Dios, por permitirnos caminar bajo su promesa y mostrarnos la recompensa del esfuerzo, a través de la orientación durante el desarrollo de nuestro trabajo de grado.

A nuestros padres, María Inés Paredes, Álvaro Jurado, Janny Medina y Adolfo Contreras; quienes con su esfuerzo y apoyo han estado presentes desde el inicio, fomentando en nosotros la importancia de la educación y el valor que aporta ésta a nuestras vidas.

A todos aquellos que han pasado noches de desvelo estudiando para un examen, que han conocido el valor del sacrificio y el esfuerzo.

A nuestros compañeros de carrera de Comunicación Social (2015-2020), que con temor tomaron la decisión de apostar al conocimiento, de creer en la educación y en un país que necesita de energía positiva, que solo nosotros los jóvenes venezolanos podemos impartir.

A todos aquellos estudiantes quienes creyeron en sus sueños y decidieron migrar de una ciudad a otra, dejando de un lado su zona de confort, apostando al logro de sus objetivos que finalmente no es más que una recompensa al esfuerzo realizado.

A los venezolanos, que siguen, que creen, que luchan y que se esfuerzan por un mejor país.

AGRADECIMIENTOS

Deseamos agradecer a Dios, quien ha sido fiel, el centro de nuestras vidas y nos ha demostrado su infinito amor a lo largo de estos cinco años de carrera universitaria y en el desarrollo de este proyecto.

Ágora P247 no hubiera sido posible sin el apoyo de todas esas personas indicadas que ayudaron a su desarrollo, queremos agradecer, reconocer el esfuerzo y compromiso con este proyecto.

A nuestro tutor, Vicente Corostola, quien con compromiso y dedicación nos ha apoyado en cada paso y decisión dada dentro del desarrollo del mismo, direccionándonos y motivándonos para su realización.

A Isabel Lessmann, quien ha sido un apoyo fundamental en el desarrollo de Ágora P247, quien en momentos de flaqueza nos ha motivado a seguir y solucionar los problemas de la mejor manera.

A nuestros padres, quienes desde el primer día se han mantenido presente, motivándonos, ayudándonos a levantarnos, corrigiéndonos e incentivándonos en el desarrollo de este evento.

A nuestros familiares, por todo el apoyo brindado antes y durante el desarrollo de la carrera, fomentando en nosotros valores, compromiso y unión familiar.

A Froilán Fernández y Mildred Chacón por brindarnos su apoyo incondicional, orientarnos, con amor corregirnos y permitir mediante su hospitalidad alcanzar nuestra meta universitaria.

A nuestros ponentes: Albe Pérez-Perazzo, Julio César Pineda, José Tomás Angola, Víctor Amaya y nuestro moderador Gabriel Gutiérrez por asistir a este proyecto y valorar la importancia de la educación universitaria, tanto como nosotros, cediendo un espacio de su tiempo de forma desinteresada.

Agradecidos con nuestros patrocinantes y aliados comerciales: Servicios e Ingeniería Almaran, Doctora Ana Miriam Fernández, Rosxanna Martínez, Adolfo Contreras, Emecell, Creaciones Julieta, Doctor Rafael Andrade, Comercializadora Freyra C.A, Olivo Bodegón, Candela Foods, Dj Roberto Carlos, Dulces Creaciones GB y La T de Chuao; ellos confiaron en este proyecto desde la primera propuesta, se comprometieron con la causa y tendieron una mano amiga para seguir apostando a los espacios de debate y reflexión.

A la fundación “Un par por un sueño”, que a través de los años se ha mantenido con su maravillosa labor y accedieron ser parte de este proyecto que buscó beneficiarlos como Fundación.

A Eduardo Gamboa y Miguel Rodríguez, por apoyarnos con disposición y compromiso en este proyecto prestando sus conocimientos y tiempo, además, de brindarnos una mano amiga en los momentos más difíciles.

A nuestro personal de *Staff* (Andrea Rangel, Natasha Díaz, Eiber Ibarra, Jesús Contreras, Miguel Rodríguez y Eduardo Gamboa) que desinteresadamente dedicaron amor y tiempo el día de la producción del evento, teniendo un comportamiento profesional y preparado para las situaciones que se presentaran. Agradecemos su compromiso y su amor para con nosotros, sin ustedes tampoco sería posible.

A la Universidad Monteávila por ser nuestra Alma Mater, ayudando a nuestra formación profesional a lo largo de la carrera, brindando apoyo y oportunidades para expandir nuestros conocimientos en estos cinco años.

“Los momentos difíciles nos enseñan a tener paciencia; y la paciencia nos ayuda a superar las pruebas, y así nuestra esperanza se fortalece” Romanos 5:3-4

1. RESUMEN

El 06 de febrero del 2020 se llevó a cabo el Proyecto Final de Carrera (PFC) “AGORA P247”, un evento educativo a beneficio de la ONG “Un par por un sueño”, una fundación que tiene como labor prestar sus servicios de alimentación, a través de comedores, los cuales están ubicados en el Municipio Sucre, Parroquia Petare del estado Miranda, cuya labor alimenticia beneficia a más de 2.000 niños desde hace 5 años.

Dicho evento, fue realizado con la finalidad de promover el rescate del valor de la educación universitaria en la Venezuela de hoy en día. Se usó el formato de “tertulia” para reunir a diferentes ponentes. La iniciativa reunió a un grupo de destacados profesionales venezolanos que desde su punto de vista pudieron opinar cual es la importancia de seguir estudiando en las universidades del país, dentro de la creciente crisis venezolana.

La tertulia, estuvo conformada por José Tomás Angola, Albe Pérez, Julio César Pineda, Víctor Amaya y moderada por Gabriel Gutiérrez, los mismos fueron los encargados de darle vida a este evento desde la opinión y profesionalismo de cada uno de ellos. Adicionalmente, se realizó un espacio “post-tertulia”, donde los asistentes y ponentes pudieron hablar y discutir acerca de las ponencias realizadas, con un espacio para el consumo de comida y disfrute de buena música

Ágora P247, tuvo lugar en la T de Chuao, ubicado en la calle Choroní de Chuao, al lado del consulado de Cuba. La T de Chuao, es un espacio para el desarrollo cultural, artístico y educativo. En el mismo se ha ofrecido obras teatrales, conversatorios y espacios para la reflexión.

Los temas principales tocados durante la tertulia fueron: la importancia de la educación universitaria en Venezuela, la educación en Venezuela, por qué seguir estudiando a pesar de la crisis, entre otros.

Los ponentes desde las áreas: política-internacional, social y cultural dieron sus razones por la cuales las universidades en Venezuela generan un espacio para el debate, la preparación y desarrollar una juventud plena.

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Introducción

El presente proyecto se realizó contando con cuatro (4) ponencias, los cuales abarcaron temas en ámbito social, político y cultural, siendo el hilo conductor la importancia de la educación universitaria en el país.

La Real Academia Española define tertulia como: “Reunión de personas que se juntan habitualmente para conversar o recrearse”. Del concepto previamente citado parte la idea de dicho evento, entendiendo que esta tertulia será un conversatorio donde se intercambiaron saberes y distintos puntos de vistas, buscando converger en un punto final, sobre la búsqueda de comprender la importancia del estudio universitario actualmente en el país, queriendo rescatar sus valores y resaltarlos como idea principal.

Por otra parte se incentivó a la colaboración masiva del público para los recaudos alimenticios del evento, que beneficiarán a los participantes de la fundación “Un par por un sueño”, buscando contribuir con la sociedad, dejando un legado a partir del Proyecto Final de Carrera (PFC), cuya importancia radica principalmente en resaltar las capacidades del hombre de actuar dentro de la sociedad, destacándose que "El hombre es un ser social por naturaleza" Aristóteles (384-322, a. de C.) alineado a la idea del autor, se puede establecer que el hombre nace con características sociales el cual se desarrolla en el trascurso de la vida, ya que se necesita de la sociedad y de los semejantes para el crecimiento y desarrollo del individuo que forma parte de una sociedad.

De otra manera, el enfoque planteado será el punto de encuentro para intercambio de saberes, el cual permitirá entender la importancia de la educación en Venezuela y el cambio generado a través de los años, siendo esta la principal fuente de motivación y desarrollo de una sociedad.

Dicho evento, buscó ser un encuentro entre personas de diferentes edades, que tienen una finalidad en común, resaltar el valor educativo universitario en Venezuela, desde diferentes perspectivas por especialistas en el tema.

2.2 Justificación

Se justifica a la educación como base social y factor de cambio, lleva a variados autores a fijar su interés en la necesidad de la misma como método para la evolución social (Ob cit), explicado dentro del marco teórico del proyecto.

Asimismo, desde la perspectiva del planteamiento del proyecto, se tomó con gran responsabilidad el llevar un mensaje que busque fomentar la motivación educacional (Ob cit), a través, de una “tertulia” con personalidades especialistas en el tema, siendo el principal objetivo promover el rescate de la educación universitaria en Venezuela, beneficiando de esta manera a la población estudiantil e incentivando a las siguientes generaciones a la reconstrucción del país.

Por otra parte, la conciencia social y responsabilidad dentro de la misma, son algunos de los valores que engloban el proyecto, buscando la concientización y ejecución desde una perspectiva distinta que resalta la importancia del conocimiento, tomando en consideración la metamorfosis que reside actualmente en el país venezolano. Dicho evento es un incentivo para fomentar en la población el deseo de reconstruir la sociedad mediante la educación y los valores sociales.

2.3 Tipo de proyecto

El PFC llevado a cabo pertenece a la categoría de “eventos”, el cual busca resaltar el poder comunicacional a través de los conocimientos obtenidos durante el desarrollo de los aprendizajes en la Universidad Monteávila, proyectados hacia la planificación, organización y realización de las tareas, permitiendo a su vez compartir el tema de la educación universitaria en Venezuela generando la interacción y la diversificación de ideas, llevando como mensaje principal el valor de la misma y su rescate.

De acuerdo a lo antes explicado, el evento no solo consta del día de la ejecución, sino que también cuenta con una programación a realizarse en cuanto al desarrollo del mismo, trabajando de manera estratégica para dar el cumplimiento a los objetivos trazados a través de la pre-producción, producción, post-producción, administración, planes de comunicación corporativa, entre diferentes marcas patrocinantes del evento, basada en la publicidad del mismo, y a su vez, el en el poder de convocatoria.

3. MARCO TEÓRICO

En el presente, se plantea la fundamentación teórica que permite investigar e interactuar en contexto con tema principal, en cuanto a aspectos y conceptos teóricos, en los cuales se fundamenta el estudio buscando el respaldo de la investigación en curso.

3.1 Antecedentes

La educación se remonta al principio de todo, se podría hablar desde los aspectos más cristianos, hasta los más racionales, entendiendo esto como parte esencial del mismo. El hombre como ser vivo y racional, desempeña funciones pedagógicas, analizándose desde el hecho de transmitir conocimientos, hábitos, costumbres y valores de una sociedad a las siguientes generaciones.

La educación como base social y factor de cambio, lleva a diferentes autores a fijar su interés en la necesidad de la misma para la evolución social que de acuerdo el autor Dewey (1937, citado por Niebles, 2005) escribió un artículo que tituló “Educación como agente de cambio social” en la que denomina a la educación como: “un factor condicionante” (P.2). Se considera que, a partir de lo planteado por el autor, en este párrafo mencionado la educación es parte activa de un nuevo orden social.

A partir de estos basamentos, se plantea abordar el tema de la educación como solución al problema que es denominado “El valor de la educación actual en Venezuela”, que al presente habita en la población venezolana, por medio de aquellos que forman parte del cambio, transformación social, cultural, política y educativa del país, partiendo de pequeñas interrogantes como: ¿Por qué estudiar? ¿vale la pena seguir estudiando actualmente en Venezuela? ¿Por qué no debemos olvidar los estudios? ¿Cuál es la importancia de la educación dentro de la sociedad venezolana? ¿Cómo funciona la educación para la reconstrucción de una sociedad?

Por otra parte, recientes estudios hechos por la ACNUR (2020) (Alto Comisionado de las Naciones Unidas Para Los Refugiados) expresan que:

Las cifras representadas de emigrantes, refugiados y solicitantes de asilo venezolano, reportados por gobiernos anfitriones, explican que, cuatro millones, ochocientos diez mil, cuatrocientos cuarenta y tres (4.810.443) venezolanos se encuentran fuera del país de origen, entendiendo que estas fuentes no son exactas, ya que los gobierno no toman en cuenta a venezolanos sin estatus migratorios regulares. Es probable que el número total sea más alto. (p.4).

Sobre la base del estudio de la ACNUR se hace énfasis en que la deserción venezolana incrementó en un considerable porcentaje basado en la inestabilidad social que afecta en la población venezolana.

De otra manera se puede observar que la educación a través de distintos métodos, experiencias y culturas proporciona un crecimiento a los estados, y estos mismos apuestan por sociedades mucho más educadas.

En la actualidad países como Dinamarca, Islandia y Corea Del Sur, aportan de su PIB (Producto Interno Bruto) para la educación, según cifras dadas por la OCDE (Organización para la Cooperación y El desarrollo Económico) esto ha tenido como resultado, países más desarrollados mundialmente (OCDE citado por Dialnet, 2011, p.4).

La educación es desde el principio de los tiempos inseparable de la cultura y en la actualidad es una necesidad para muchas comunidades, ya que se encuentra en numerosos períodos históricos, sociales, políticos y culturales, entendiendo que no se puede hablar de los elementos antes mencionados sin la existencia de la educación puesto que hablar de la misma es hacer referencia a un método de expansión universal de culturas, hábitos, religiones y conocimientos como asegura el autor Dewey quien asegura que; “la educación constituye una misma cosa con el crecimiento; no tiene un fin más allá de ella misma” (Dewey, 1915, p.55).

Al respecto, la educación es un método de expansión que ha sido utilizado a través de la historia, donde se pudiera hablar de la colonización de américa en la cual los jesuitas, dominicos y franciscanos utilizaron como método la educación, como medio para evangelizar y hacer parte de su cometido final, colonizar, siendo en la actualidad un elemento fundamental y trascendental para los latinoamericanos. El diplomático, analista internacional, profesor universitario y ex

embajador de Venezuela en Corea del sur, Kuwait, Qatar, Emiratos Árabes Unidos y Libia, comentó en su ponencia realizada en el evento ÁgoraP247 lo siguiente:

Estuve en Kuwait en su peor momento, fueron invadidos por sus riquezas e inmediatamente salí de allí, no pensé nunca ver el resultado que encontré al pasar de los años, donde encontramos a un país que destina gran parte de su dinero a las universidades y a pesar de su pequeñez, tiene una economía estable que en gran parte beneficia al crecimiento, y es gracias a su educación, en el plano internacional la educación es fundamental para el desarrollo de una nación. No debemos pensar que el único modo de combatir los problemas sociales, son a través de dinero que sea utilizado para fines en específico, eso es algo que agrega pero no es la solución, en el mundo lo fundamental es el crecimiento de un estado antes un plano internacional y eso se logra por medio de la educación, y cierro con una gran reflexión, de Miguel de Cervantes en el Quijote que dices; - “Sancho, el mal ha durado tanto tiempo que cuando llegue el bien llegará para quedarse”. (Julio César Pineda, citado por ÁgoraP247, febrero 06, 2020).

Con base a lo antes mencionado, la educación se encuentra a lo largo de la vida humana y es por ello que siempre aprende el hombre algo nuevo, desde su nacimiento es enseñado y va adquiriendo una serie de capacidades y elementos que lo ayudan a desenvolverse en la sociedad, “Sin tal educación sistemática, no es posible transmitir todos los recursos y adquisiciones de una sociedad compleja”. (Dewey, 1915, p.18). Se hace necesaria resaltar que la educación aporta aptitudes y características necesarias para el crecimiento personal, en la cual se puede concluir que la educación es necesaria para el hombre a lo largo de su vida dentro de la sociedad.

3.1.1 Educación en Venezuela

Desde la perspectiva venezolana el sistema educativo establece que, a partir de los 5 años de edad, hasta los 15 años, la educación ha sido obligatoria, de manera gratuita y privada, según lo establecido el 27 de junio de 1870. Sobre la base del decreto hecho por el presidente Antonio Guzmán Blanco a principios del siglo XXI, el cual estableció que la educación debía ser gratuita e instituyó a la educación como una de las prioridades principales para el gobierno venezolano, el cual implementó algunos proyectos que buscaron mejoras dentro del sistema venezolano, en cuanto a calidad se refiere. A pesar de esto, en comparación a grandes potencias educativas, falta camino que debe ser recorrido, esto referente a la calidad y universalidad en la educación venezolana. Según la Ley Orgánica de Educación (2009), establece que el sistema confiere con

carácter gratuito y obligatorio la educación, donde el estado a través de los órganos nacionales competentes en materia educativa, ejercerán la rectoría en el sistema educativo mediante:

- La gratuidad de la educación en todos los centros e instituciones educativas y oportunidades, derechos y deberes.
- El acceso al Sistema Educativo a las personas con necesidades educativas o con discapacidad, mediante la creación de condiciones y oportunidades. Así como, de las personas que se encuentren privados y privadas de libertad y de quienes se encuentren en el Sistema Penal de Responsabilidad de Adolescentes (p.6)

De la misma forma, la educación en Venezuela se encuentra en un proceso complejo por la necesidad de recursos económicos, lo que lleva a familias venezolanas a emprender nuevos rumbos en busca de nuevas vidas. En tal sentido, la base educativa venezolana ha sufrido diversos deterioros a causa de la población migratoria, lo cual afecta de manera directa al capital humano en el proceso de inserción a cualquier etapa educativa del sistema venezolano, es por ello que diversas casas de estudio han estado en aumento con respecto a matriculas escolares cada vez más altas para suplir las necesidades, en cuanto a educación privada se habla. Por otra parte, el sistema público educativo es mantenido por el estado, que ante recientes conflictos, no cumple con el suficiente capital para las mejoras del mismo.

Además, muchos profesores y maestros, no cuentan con las herramientas necesarias para el desarrollo pleno de sus tareas y funciones, repercutiendo esto, de forma negativa en la educación, trayendo como consecuencia la limitación del conocimiento intelectual, generando atrasos en cuanto al desarrollo profesional en la población estudiantil. Así como también, el deterioro de infraestructuras, los cuales obligan al cese de actividades laborales por parte de los docentes ocasionando el cierre de las instituciones educativas.

Uno de los principales efectos que circula en el sistema venezolano, es la falta de compromiso que se encuentra por parte del de ministerio de educación, el cual permite sistemas evaluativos y de estudio cada vez más defectuosos donde la principal premisa es la pronta aprobación de los estudiantes, en el hecho mismo de estudiar sin aprehender, colocando en tela de

juicio el crecimiento profesional del país petrolero. La reportera Sucre (2019), el pasado año, realizó un artículo con respeto a la educación venezolana en la que observó que;

Desde el año 2012, al menos, se habla de la insuficiente cantidad de docentes en el país. El centro de investigaciones culturales y educativas señalaba entonces que el déficit en las áreas de ciencias era de 40%. En el 2014 el entonces ministro de educación Héctor Rodríguez, decía que en el país hacían falta “entre 1.100 y 1.500 maestros”. En el 2017 el déficit rondaba el 50%, según cálculos del investigador Leonardo Carvajal. En 2018 se calculaba que 40% de los educadores se habían ido del país; y el año siguiente el dato llegaba a 30% del restante, según la unidad democrática del sector educativo. (p.1)

La educación en Venezuela está atravesando momentos críticos, donde una gran deserción asecha a las entidades educativas, como parte de una mala gestión de gobierno, es por ello que cada vez más en Venezuela se incentiva a estudiar, entendiendo que esta es la vía para un crecimiento profesional del país de una manera general, el incentivo a la educación como estrategia debe ser fundamental para la recuperación de la educación venezolana.

3.1.2 Educación Universitaria en Venezuela

La educación universitaria en la actualidad de Venezuela, se encuentra en dificultades afectando a estudiantes, personal docente, administrativo y obrero, por causa de las necesidades económicas que atraviesa el país, teniendo en cuenta que Venezuela se encuentra en un estado desestabilizado en cuanto a economía. La necesidad de mejoras en el sector universitario es cada vez mayor, entendiendo que los estándares de calidad universitaria se encuentran en declive, como causa de la deserción y falta de presupuesto dentro de las entidades, además de esto, el desinterés social se ha arraigado en un parte considerable de la sociedad estudiantil venezolana, que antepone el emigrar fuera del país petrolero o iniciar una temprana vida laboral, suprimiendo los estudios titulados.

Por otra parte, recuperar el nivel de las universidades es la difícil tarea que cumplen en la actualidad las casas de estudio, donde devolverle el valor principal e importancia es la labor ardua que se trazan las universidades actualmente en la sociedad venezolana.

En base a estos elementos, el pasado año se realizó un evento educativo, donde asistieron distintos rectores de universidades, a nivel nacional, dicho evento tuvo como fin mirar la Venezuela 2020, mismo que fue el títulos, en la cual, por medio de un foro, se discutió las distintas áreas de las casas de estudio superiores, que hacen vida en el estado Lara y el efecto que ha tenido la economía dentro de las universidades, donde casas de estudio como: UCLA (Universidad de Centroccidental Lisando Alvarado), UPEL (Universidad Pedagógica Experimental Libertador), OBU (observatorio de universidades), y UNEXPO (Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre). Expresaron sus inquietudes y preocupaciones con respecto al nuevo año académico.

Según el director del OBU (observatorio de universidades) Carlos Meléndez expresó (Meléndez, C. Citado por la UCLA, 2019): “La situación presupuestaria del país que atraviesan las universidades, podría denominarse situación de emergencia humanitaria, compleja por múltiples causas que la afectan, entre ellas, la política que ha vulnerado los derechos humanos de cada familia que la conforman” (p.2). En tal sentido, el rol de las universidades en Venezuela, en la actualidad, va en función al mantenimiento de las facultades educativas de calidad, estar en la búsqueda de nuevos conocimientos e incentivar el estudio, pero gran parte de ello se ve afectado por la escasez de talento humano en las aulas y la necesidad de los jóvenes de una vida estabilizada.

Así mismo, la situación financiera de las casas de estudio privada y pública, ha producido deserción, como parte de una crisis, que no solo afecta a un sector de la población sino a toda la misma, es por ello que cada vez sufren alteraciones, con respecto a costos, las matrículas universitarias en instituciones privada, y en el caso de entidades públicas se percibe la carencia profesores, material y salas de estudio, acondicionadas para el desarrollo pleno de las actividades educativas.

En el marco de la sociedad educativa universitaria venezolana, se encuentran diversos factores que son determinantes en el proceso de crecimiento profesional (Meléndez, C. Citado por la UCLA, 2019):

El estudio arroja que 40% de los estudiantes para el 2018, decía que comían peor que el año pasado (2017); 30% de los profesores alegaron comer proteico de una a tres veces al mes, mientras que entre el 15 y 17% nunca lo comen; También se conoció que 36% de los profesores universitarios tienen enfermedades crónicas, entre las más comunes hipertensión y diabetes, y siete de cada 10 no reciben sus medicamentos; seis de cada 10 estudiantes alega no disfrutar del transporte universitario, mientras otros 60% manifiesta que el mismo funciona mal.(p.2).

Es por ello que la situación universitaria se encuentra en un proceso de crisis, por el cual los medios de educación son cada vez más dificultosos para los estudiantes pero que con esfuerzos sobre humanos las casas de estudio se niegan a rendirse ante una crisis que pareciera estar consumiendo al sistema educativo

Los estudiantes universitarios, presentan complicaciones gracias a la crisis económica que atraviesan las universidades, las mismas intentan mantener sus puertas abiertas a pesar de la situación país que atraviesan, de los obstáculos que generan la inestabilidad social y el constante cambio de su economía. Expresó Meléndez (Meléndez, C. Citado por la UCLA, 2019) que:

El 47% de los profesores considera que su lugar de trabajo es un peligro para su salud por las malas condiciones de infraestructura; 67% de los estudiantes no tiene internet de forma regular en sus casas de estudios; 80% no tiene aires acondicionados funcionando en las aulas de clases, 87% no cuenta con agua potable dentro de su universidad; seis de cada 10 estudiantes consideran que los laboratorios funcionan mal y cinco de cada 10 estudiantes aseguran que ven clases en aulas sin iluminación eléctrica, es decir, las universidades dentro de una sociedad sufren por las malas políticas económicas y financieras que impiden su buen desenvolvimiento académico y administrativo.(p.2).

De acuerdo a lo expresado por el autor, la situación universitaria sufre consecuencias graves, a causa de malas gestiones gubernamentales, pero es fundamental el mantener la necesidad del estudio en el pensamiento de la juventud venezolana, que hoy día acelera procesos necesarios en la vida del humano dentro de la sociedad, alterando así el crecimiento educativo de una nación.

3.1.3 Eventos Educativos en Venezuela.

A partir de un par de años, los eventos educativos universitarios en Venezuela, han ido creciendo, entendiéndolos a los mismos como tertulias, foros o conversatorios, que tienen como fin

el incentivo a la educación y aporte a la sociedad para su crecimiento, los cuales trazan como meta el avance profesional del país.

Sumado a lo planteado se debe señalar que, educadores, especialistas, dramaturgos, doctores, comunicadores, políticos e ingenieros, entre otros, se han sumado a estas causas para reflejar por medio de sus crecimiento laboral y profesional sus convicciones, opiniones y posturas con respecto a la importancia de la educación, sea aplicada a los valores, a su necesidad, a la conciencia o al echo mero de la misma.

Partiendo de esto, y como antecedente al proyecto en curso, se citan los siguientes eventos que sustentan las bases del desarrollo de la investigación:

Neuronas por la paz (2016), realizado con la finalidad de difundir ideas científicas, humanas, sociales y espirituales, dentro del cual fueron promotores de herramientas y conocimientos para el hombre. Se relaciona con *ÁgoraP247* ya que fue un evento educativo universitario, que tuvo como meta incentivar a la población estudiantil universitaria a apostar por la educación en Venezuela. La relación entre los eventos previamente mencionados se cumple por el hecho de promover un evento similar en Venezuela, dejando como aporte las herramientas y conocimientos, por medio de saberes y ponencias.

Manifestarte (2017), de otra manera, este evento dio vida a un espacio donde ponentes y expositores mostraron el arte como parte de una crítica social, entendiendo esto como un evento que educa a la población dentro de un tema en específico, como lo es el arte, en este aspecto guarda relación con *ÁgoraP247* debido al uso de un determinado tema, el cual usó como tema principal a la educación y tuvo como finalidad concientizar a través de la educación sobre un tema social, como lo es su importancia, aportando así al tema educativo dentro de la sociedad venezolana.

¿Para qué seguir estudiando en Venezuela? (2017). Un conversatorio sobre por qué, en la actualidad venezolana, hay que formarse aún más, teniendo en consideración que la educación es la vía para un país más productivo a pesar de la crisis económica que se encuentra. Los eventos educativos universitarios en Venezuela, buscan rescatar la educación, a pesar de la actual situación

del país, es por ello que a través de diversos medios buscan el incentivo de la misma de manera general. *ÁgoraP247*, es una tertulia que buscaba resaltar el valor de la educación, teniendo en cuenta la situación país, ambas apuestan a la educación universitaria como método de crecimiento que buscan incentivar el seguir estudiando en el país, rescatando ambas ese valor de la educación que se había desvanecido.

ReconciliACCIÓN (2018), de otra manera, buscó promover la paz por medio de propuestas de campañas en las comunidades de Sucre y el hatillo, utilizando a la paz como método de acción, educando así las comunidades.

Por otra parte, eventos como; *El futuro promete* (2019), fue una tertulia promovida por la Revista OJO, que buscó reunir a profesionales de distintas áreas que dirigen o participan en proyectos de intereses públicos en Venezuela. *ÁgoraP247* se relaciona con este evento antes mencionado por la necesidad de juntar diferentes saberes en un mismo espacio para debatir el tema actual del país partiendo desde varios puntos de vista. Ambos eventos buscan abordar temas sociales basados en el profesionalismo y conocimiento, buscando la manera de aportar una solución a la crisis actual desde un punto de vista más amplio.

Venezuela 2020 (2019), por otro lado, fue un conversatorio que se realizó con el fin del visualizar propuestas sobre algunos campos o áreas enfocadas en las casas de estudios superiores, buscando ideas que les permitan sobrevivir a la actual crisis.

“*Por Amor al Arte*” (*Por Amor al Arte*, 2020), proyecto que surge como ganador del concurso “*ReconciliACCIÓN* (2018),” hizo vida por medio de la fotografía la cual debía representar una labor social en las parroquias el hatillo y sucre, donde al final se realizaba un evento concientizando a la paz. Este evento guardo relación con la tertulia *ÁgoraP247* ya que los mismos implementaron la educación, por medio de la concientización de una población, buscando aportar al conocimiento y educación de la sociedad por medio de un canal.

La educación en Venezuela, representa un respiro profesional ante la situación actual, es por ello que es necesario eventos educativos que promuevan el estudio y vida en Venezuela ya que el principal método para sobrellevar las crisis es la educación.

3.2 Marco conceptual

3.2.1 La educación

La palabra educación, según la RAE (2020) (Real Academia Española) proviene del latín *educatio, Onís*, en la cual deriva su significado en: La acción y efecto de educar, crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes o instrucción por medio de la acción docente, cortesía o urbanidad. (p.2). Sobre la base de lo expuesto de la Real Academia Española consolida la educación mediante hábitos, valores, acciones y efectos garantes del crecimiento en el ser humano.

De otra manera, la especialista de artes, Andrea Imaginario (citado en significado, 2019). Explica que la educación se entiende como: aquel proceso por el cual se trasmite el conocimiento, las costumbres y los hábitos. Educación viene del latín *educere* que significa sacar, extraer y *educare* que significa formar, instruir. (p.1). De acuerdo con la autora, la educación tiene intrínseca la asimilación y prácticas de las normas de cortesía, delicadeza y civismo. A partir de allí el lenguaje popular y las prácticas de estos hábitos de socialización son calificados como signos de buena educación. En un sentido más técnico, pudiese referirse a la educación como aquel proceso sistemático de desarrollo de las facultades físicas, intelectuales y morales del ser humano, con el fin de integrarse mejor en la sociedad o en su propio grupo. Es decir, es un aprendizaje para vivir.

3.2.2 Tipos de educación

Se puede hablar de la educación y asegurar que es un fenómeno universal y complejo de la vida en sociedad, al igual que la cultura. Esta se extiende desde diversas experiencias y modalidades que se resumen en tres tipos elementales: la educación informal, la educación no formal y la educación formal.

Sobre la base de lo antes mencionado, se involucran todos los modelos educativos, sea por sector, modalidad, área de conocimientos, entre otros.

3.2.2.1 La educación informal:

Se puede hablar de la educación informal como aquella que se transmite a través de agentes de la vida cotidiana, donde la educación es impartida en la familia o en comunidades, la cual implica la transmisión de hábitos de socialización, normas, valores, tradiciones, higiene que son estándar dentro de una determinada sociedad.

3.2.2.2 La educación no formal:

Se caracteriza como aquella iniciativa u oficio educativo sistemático, que no son conducentes a títulos universitarios pero que permite a su vez la capacitación de las personas en diferentes oficios o áreas de conocimiento (ebanistería, orfebrería, construcción, peluquería entre otros).

3.2.2.3 La educación formal:

La educación busca el desarrollo y el crecimiento del ser humano donde (significado, 2019,p, 1). Establece que “en la sociedad, la educación formal es conducente a títulos. Esto quiere decir que culmina con la emisión de certificados o diplomas avalado por las autoridades competentes, debidamente reconocidas por el estado”. En tal sentido, la educación formal hace referencia a la formación sistemática y programática de institutos y centros educativos privados y públicos, proyectadas a niños, jóvenes y/o adultos, para la búsqueda de su desarrollo en aptitudes (intelectuales, físicas, artísticas y motoras) y actitudes (responsabilidad, liderazgo, compañerismo y sociabilidad) las cuales son necesarias para el desarrollo social.

3.2.2.4 Tipos de educación formal

La educación formal, abarca un universo de objetivos e intereses dependiendo de la población, al igual que las necesidades de desarrollo presentes en el contexto socio-político. Se

podría clasificar de diversas maneras debido al nivel de enseñanzas y objetivos de la educación los cuales pueden ser:

3.2.2.4.1 Educación preescolar:

Es aquella que se imparte a través de los primeros años de infancia, donde Significados (2019) Expresa que: “Durante esta etapa los niños reciben apoyo para el desarrollo de la sociabilidad, de las competencias motoras y las de coordinación”. Basado en lo que expresa imaginario un ejemplo de ello es la toma de instrucciones a través de los juegos que permiten expresar habilidades, conocimientos, en los niños en edades comprendidas entre 0 y 6 años de edad lo que comúnmente se denomina jardín de infancia.

3.2.2.4.2 Educación primaria:

Es aquel nivel de enseñanza orientado a la comprensión de la lectura y escritura, es decir, el proceso necesario de alfabetización, la adquisición de herramientas para su aprendizaje y la formación de los valores, donde Dewey, (1899. p.25), establece que el niño: “ya es intensamente activo y el cometido de la educación consiste en tomar a cargo esta actividad y orientarla”. En tal sentido, el rango de edad de los individuos en este nivel de aprendizaje está comprendido entre los 7 hasta los 12 años de edad, donde comúnmente es conocida como educación básica.

3.2.2.4.3 Educación secundaria:

La educación secundaria está dirigida a la obtención de conocimientos culturales básicos en humanidades como lo son la lengua, el arte e historia, las ciencias (matemáticas, física, química) y tecnología, así como la consolidación de la ciudadanía y el desarrollo de la responsabilidad. “Durante la secundaria normalmente las edades comprendidas entre 12 y 18 años de edad (esto dependiendo del país), los destinatarios deben reforzar sus estudios y trabajo en función de su futura inserción en la sociedad” (significado, 2019.p, 1). De acuerdo a lo antes sustentado por el autor, se puede acotar que a educación secundaria forma parte fundamental intelectual del individuo.

3.2.2.4.4 Educación superior:

Es la impartida por las universidades o instituciones especializadas con reconocimiento profesional estas tienen como propósito básico:

- Capacitación de sujetos para el ejercicio de determinada profesión en un campo laboral determinado.
- Formación de intelectuales, que indaguen, ordenen, sistematicen, analicen y divulguen información valiosa para el desarrollo de la sociedad en áreas de conocimiento.

La Educación superior se clasifica en diferentes niveles:

3.2.2.4.4.1 Pregrado o licenciatura: Capacita a los estudiantes para el trabajo profesional en el área laboral o en pocas palabras los profesionaliza.

3.2.2.4.4.2 Especialización: Refiere a profesionales que buscan espacios para especializarse en una disciplina.

3.2.2.4.4.3 Maestría: permite la consolidación de sus conocimientos a nivel profesional, con respecto a su especialización, por medio de una investigación.

3.2.2.4.4.4 Doctorado: su principal propósito es profundizar las competencias para la investigación, favoreciendo la formulación de conocimientos originales.

La educación, se refiere a conductas adquiridas por medio de enseñanzas y hábitos que inducen a conocimientos mayores donde Dewey, (1903 p.291), Establece que “les corresponde a ustedes conseguir que todos los días existan las condiciones que estimulen y desarrollen las

facultades activas de sus alumnos, donde cada niño ha de realizar su propio destino tal como se revela a ustedes en el tesoro de las ciencias, arte y la industria”. Como completo de la idea, se puede acotar que la educación en un principio en el cual los integrantes de una sociedad adquieren conocimientos, aprendizajes y crecimientos en la medida de su interés.

3.3.1 Evento

Un evento es aquel fenómeno que surge de ocasiones fuera de rutina, que tiene como objetivo la cultura, educación, el interés social o simplemente el arte. Son reuniones organizadas y establecidas, de forma individual, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o la simple sensación de una experiencia en un grupo de personas determinadas. Los eventos poseen elementos tangibles, además, trabajan en conjunto con otros elementos como lo son la expectativa y las percepciones de los sentidos a través de los órganos naturales. (Eventos empresariales 2009, p.1) establece que;

Un evento es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular, los eventos son una herramienta de comunicación debido a que permiten transmitir información, conceptos, sentimientos, modelos de trabajo, establecer contacto directo con los clientes potenciales, introducir nuevos productos o servicios y crear nuevos sistemas de promoción y comercialización.

Los eventos son aquellos que permiten unir conglomerados de personas, los cuales pueden ser utilizados como medio de difusión para temas diversos que permitan exponer posturas y opiniones en mesas de discusión.

La relación existente entre la definición antes mostrada y *ÁgoraP247*, se solidifica a través de la reunión de personas en un lugar específico, como lo fue la T de Chuao, un centro cultural que presta sus instalaciones para la realización de eventos, sobre la base de un tema determinado que permitió a los expositores y oyentes disfrutar de una charla amena que culminó en una reflexión y un incentivo al estudio universitario en la Venezuela actual.

3.3.2 Clasificación de los eventos

Existen muchas maneras de clasificar los eventos por su gran tamaño (micro, media, mega eventos) que se pueden realizar en espacios cerrados, espacios libres, en el campo, en la ciudad entre otros y según la temática o área de competencia, podría incluso romper ciertas características para mantener armonía dentro de ciertos parámetros establecidos, donde Eventos empresariales, (2009. p.3), los clasifican en:

3.3.2.1 Eventos culturales: Festivales, actos culturales, conmemoraciones, espectáculos artísticos, inauguraciones de centros culturales, exposiciones, congresos, ferias entre otros.

3.3.2.2 Eventos Educativos: Tertulias, conversatorios, foros, congresos, mesas de diálogos y clubes de conversación.

3.3.2.3 Eventos religiosos: Bautismo, comunión, casamiento, navidad, pascuas, retiros religiosos, convivencias y ceremonias religiosas.

3.3.2.4 Eventos sociales: Nacimientos, cumpleaños, casamientos, aniversarios, fiestas benéficas, desfiles, fiestas de egresados, despedidas de solteros, cumpleaños de 15-18, fiestas de reencuentros.

3.3.2.5 Eventos escolares: Inicio del ciclo colectivo, cierre del colectivo, fiestas patrias, torneo y encuentros, deportivos, festivales, ferias, aniversarios de la institución, fiesta de graduación.

3.3.2.6 Eventos empresariales: Incluyen ferias, congresos, exposiciones, seminarios, lanzamientos de productos, conferencias de prensa, inauguraciones, aniversarios de empresa, desayuno de trabajo.

3.3.2.7 Eventos políticos: Se desarrollan lanzamiento de campaña, nombramiento de funcionarios, debates, congresos, cierre de campaña viajes políticos, recepciones diplomáticas, conferencias de prensa.

Como base, los eventos tienen diversas finalidades, en las cuales tienen como fin principal objetivo el reunir personas en un sitio determinado, en la que destaca la necesidad del hombre de expresar su opinión, sus creencias, posturas, sistemas educativos o disfrute personal, es por ello que definir en un determinado tiempo la palabra evento, es condicionar algo que desde el principio de los tiempos existía, como método de expresión y como método de esparcimiento.

ÁgoraP247, fue un evento educativo en modalidad de tertulia, que buscó incentivar por medio de una reunión con especialistas en áreas sociales, educativas, políticas, culturales y educativas, a la comunidad estudiantil universitaria, a apostar por la educación del país mientras el mismo atraviesa la mayor crisis económica, social y política de su historia, argumentando que la democracia y los nuevos tiempos vendrán, y acompañados con ellos, la necesidad de profesionales en una labor de reconstrucción país, es por eso que la tarea de difundir el mensaje de la educación fue promovida por dicho evento.

3.4 Tertulia

Una tertulia podría ser definida como una reunión de personas que concurren a un lugar con cierta regularidad para conversar o debatir sobre temas determinados. Según la RAE (Real Academia Española), se comprende por tertulia a: “Reunión de personas que se juntan habitualmente para recrearse o conversar”. (RAE, 2020. p,2). Las tertulias suelen ser reuniones informales que se realizan cada cierto tiempo, que tienen fines diversos como discutir, comentar u opinar sobre temas de actualidad o intereses del ámbito literario, artístico, filosófico, científico, político e incluso deportivo.

El objetivo que tienen estas tertulias es adquirir información y ser ente multiplicador de información al público presente, es por ellos que no solo funciona para conversar o debatir de un

tema determinado sino para crear, a partir de incógnitas y conocimientos, un intercambio de ideas utilizado como medio para compartir erudiciones de diversos temas. De una manera amplia, los participantes, dependiendo del conocimiento que posean, pueden limitarse a escuchar y seguir la conversación, caso sucedido en *ÁgoraP247* el cual buscó hablar de la importancia de la educación en Venezuela actualmente, o, por otro lado, pueden intervenir dando su postura o punto de vista referente a determinado tema. Es de normalidad que las tertulias sean realizadas en espacios públicos, como bares, cafés o cervecerías, lugares donde resulta común encontrar muchas personas y normalmente son de fácil acceso.

La tradición de la tertulia es larga, sobre todo en cuanto a la península ibérica y Latinoamérica se refiere, donde notables intelectuales llegaron a ser asiduos asistentes o animadores de algunas tertulias memorables, Significado (2019), establece que las tertulia iberoamericana, son comparable (pero no idénticas) a las reuniones sostenidas en Europa por las academias literarias del siglo XVIII, los salones del XIX en Francia, así como las reuniones artísticas, los círculos sociales y los clubs en general. (p, 3). Cabe destacar que el origen de la tertulia, posiblemente, se pueda unir a las reuniones de críticos y cómicos de corral, posteriormente a una pieza teatral, para comentar de la puesta en escena.

Estos eventos pueden denominarse reuniones o veladas, donde grupos de personas se reúnen en determinado lugar para tratar temas de interés popular, específicos, educacionales o culturales, en este caso se puede denotar la relación existente con el evento *ÁgoraP247*, como una tertulia educativa por el fin que cumplió la misma, siendo un evento que trató un tema de interés social, como lo es la educación universitaria actual en Venezuela, en el que contaron una serie de expertos en el área de la educación universitaria abordados desde la política, cultura y la sociedad.

4. ESTRATEGIAS

Para entender la factibilidad de Ágora P247 se realizó un análisis FODA, para de tal manera poder definir la estrategia a utilizar en la producción de este evento. Con el análisis FODA realizado, se pudo entender los pros y contras internos y externos de la producción de dicho evento.

Según la página entrepreneur (Entrepreneur, sf) asegura que: El análisis FODA (test para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa antes su competencia) es la base para diagnosticar un plan de negocios, que sistematiza la información de la empresa y su entorno, el cual puede ser utilizada para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzarlos (p. 3). Es por ello que el análisis FODA en Ágora P247 era necesario para la comprensión de las insuficiencias que debían ser abordadas por los productores al momento de la realización del mismo. A continuación, se presenta un cuadro con el análisis FODA:

Tabla 1. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Disponibilidad de tiempo para la producción.- Personal capacitado para formar parte del <i>Staff</i>.- Buena relación entre los miembros del equipo.- Comprometidos con la causa benéfica.- Habilidades para el desarrollo del evento.- No había un costo metálico de entrada.	<ul style="list-style-type: none">- Escasez de fondos.- Fecha del evento. Fue planificada desde el mes de agosto de 2019, por lo tanto, ninguna empresa quería dar presupuesto adelantado.- Poco conocimiento acerca de profesionales en el área educativa.- Falta de contactos suficientes que pudieran servirnos como ponentes en cada área.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Disposición de diferentes personas por querer ayudar e involucrarse en el tema. - Escasez de conversatorios dinámicos que hablen acerca de la importancia de estudiar. - Posibilidad de alianzas con diferentes fundaciones interesadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso difícil al lugar del evento en transporte público. - Dependencia de terceros: patrocinantes, proveedores y aliados comerciales. - Inflación. - Desinterés por parte de los jóvenes acerca del tema educativo. - Planes alternativos.

Fuentes: Contreras y Jurado (2020)

Al terminar el desarrollo del análisis, se pudo constatar que la estrategia a realizarse debía enfocarse en los puntos más importantes. El primero, era la escasez de fondos, a la cual se hace referencia, ya que sin ello la producción del mismo era poco probable. Sin embargo, se optó por buscar aliados comerciales que pudiesen cubrir con los gastos principales que se solicitaron dentro de la planificación de un evento. Añadido a eso, buscar una alianza principal con posibles ponentes donde pudiesen participar sin un costo por el mismo, buscar patrocinadores en metálico o por intercambio.

Es importante destacar, que hoy en día, pocas empresas realizan patrocinio en metálico, sino a través de intercambios comerciales, no obstante, se tomó como meta buscar las alianzas suficientes en metálico, que pudieran servir para cubrir la mayoría de los gastos. Por otra parte, las alianzas a través de intercambios fueron necesarias para cubrir costos específicos del evento, como comida para ponentes y *staff*, transporte, material POP (camisas, vasos, stickers), entre otros.

La solicitud de los patrocinios se realizó a través de correos electrónicos, mensajería instantánea, como WhatsApp, plataformas digitales como Instagram y entrevistas, en las cuales se explicaba acerca del evento, su finalidad, beneficios y tipos de alianza.

Otro punto de gran importancia, fue el poco conocimiento acerca de profesionales en el área educativa de renombre, o personas dispuestas a colaborar con sus ponencias y que tuvieran la disposición de participar sin obtener una paga monetaria. Debido a esto, se recurrió a la búsqueda (con la ayuda del tutor) de dichos ponentes, nombrados en párrafos anteriores durante el desarrollo de ese proyecto. La lista fue extensa, concretándose así cuatro candidatos, los cuales abarcaron de mejor manera los temas que se tenían establecidos. A raíz de este análisis se decidió establecer estrategias basadas en el cruce del análisis FODA previamente realizado.

4.1 Cruce FODA

4.1.1 FO: Fortalezas – Oportunidades

- Tomar ventaja de la disponibilidad de tiempo para la producción y así estructurar un conversatorio dinámico que hable acerca de la importancia de la educación universitaria.
- Aprovechar el compromiso de las personas con las causas benéficas para realizar una alianza con una fundación correspondiente a la temática del evento.
- Involucrar en el proyecto al personal de *Staff* debido a su compromiso y profesionalismo, permitiendo la ayuda en diferentes áreas.

4.1.2 DO: Debilidades – Oportunidades

- Concretar contactos con las personas dispuestas a ayudar e involucrarse en el tema para recaudar fondos.
- Disminuir la escasez de contactos (patrocinantes y ponentes) a través de la alianza realizada con la Fundación a beneficiar.

4.1.3 FA: Fortalezas – Amenazas

- Utilizar la disponibilidad de tiempo para estructurar tablas de costos cada dos semanas para el análisis de precios.
- Desarrollar un evento juvenil tocando el tema educativo tratando así de contrarrestar los planes alternativos.

4.1.4 DA: Debilidades y amenazas

- Proporcionar a los miembros del *Staff* de transporte para la llegada temprana al lugar del evento.
- Buscar con anterioridad alianzas y patrocinios para evitar la escasez de fondos.
- Utilizar a patrocinantes para conocer de nuevos contactos que puedan servir como aliados e incluso ponentes para el desarrollo del mismo.

5. PRE-PRODUCCIÓN

5.1 Ágora P247 como incentivo para la educación universitaria

La educación es la base fundamental de una sociedad, hace que el humano conozca, aprenda y se desarrolle dentro de la misma, amplíe sus capacidades y entendimiento cognitivos, que razone a mayor capacidad, permitiéndole ejercer funciones, es por ello que su importancia es inalienable en una sociedad. La necesidad del crecimiento humano ha hecho que países a nivel mundial busquen formar profesionales cada vez más competentes a nivel laboral, es por ellos, que las universidades han jugado un papel fundamental en el crecimiento de la misma, buscando el refrescamiento, desarrollo y crecimiento del conocimiento impartido a su población. El escritor, educador y director de teatro Venezolano José Tomás Angola, asegura: “La universidad debe ser una experiencia que fortalezca a los alumnos, y el hecho creativo de la misma es un activo para reconstruir a un país” (José Tomás Angola, citado por ÁgoraP247, febrero 06, 2020).

La universidad es parte esencial para el crecimiento de una nación, ya que, sin un sistema de educación universitaria, los pilares base de una nación están incompletos, pues sin su existencia, las bases profesionales económicas que da crecimiento a la población y al país se detendría o en el peor de los casos se desplomaría, causando el deterioro económico, social, cultural, educativo y político de cualquier nación. La realización de eventos educativos que busquen promover el crecimiento y desarrollo de un país son obligatorios para la construcción de una sociedad.

La educación universitaria produce profesionales competentes que a su vez se traduce en un país muchos más desarrollado con mayores capacidades y crecimiento. Venezuela como país que proporciona educación superior posee grandes profesionales, que demuestran las capacidades y conocimientos que adquieren durante su ciclo, pero debido a la crisis que actualmente atraviesa, la deserción se encuentra en los pensamientos adquiridos por una parte de la juventud, es por ello que nace la necesidad de promover la educación universitaria en el país, ya que cada individuo debe participar en la reconstrucción profesional del mismo.

La lucha de las universidades en Venezuela, tanto pública como privada, es por causa de la crisis política y económica del estado, por la cual casas de estudio han atravesado etapas críticas a lo largo de los últimos 5 años, por el deterioro y la falta de presupuesto, sumando a esto, la mala gestión del estado y los conflictos sociales que han arrojado como resultado una serie de protestas y división social que busca un nuevo cambio político y por tanto educativo del país. Es por esto que un evento que busque rescatar el valor de la educación universitaria actual en Venezuela, por medio de especialistas en las áreas políticas, sociales, culturales y educativas, beneficia a la promoción de la educación universitaria en el país, incentivando y promoviendo el crecimiento personal y social ante una sociedad en crisis donde la misma no será eterna. AgoraP247 contribuye con la reconstrucción del país y la sociedad venezolana profesional dando un aporte social y educativo por medio de una tertulia, pero más allá de lo antes mencionado, es un respiro e incentivo a seguir estudiando en Venezuela y ejercer como profesional para ayudar a la reconstrucción, evolución y crecimiento del país.

5.2 Manual de producción

La producción del evento necesitó de una estructura estable para poder llevar a cabo el mismo, se dividió en pre-producción, producción y post-producción. Sin embargo, esa estructura pudo llevarse a cabo una vez desarrollado la temática del evento y los objetivos los cuales se pudieron cumplir a cabalidad.

5.3 Concepto del evento

Para decidir cuál sería el tema principal del proyecto, se pensó en muchas posibilidades, como la comunicación, la política, la economía del país, entre otras. Sin embargo, se llegó a la conclusión de que dicha producción y el espacio de discusión que llevaba a la reflexión, era gracias a tener una base sólida en la educación universitaria, que permitiera abrir las puertas para generar este espacio. A partir de allí, nace la idea de crear un lugar para debatir acerca de la importancia de la educación universitaria desde diferentes perspectivas, como política, social, cultural e histórica, sin embargo, terminó enfocándose en los aspectos, políticos (internacionales), sociales y culturales.

Este espacio se denominó desde sus inicios como tertulia para que los propios ponentes pudieran interactuar entre ellos mismos y generar una opinión en común acerca del por qué seguir estudiando en nuestro país.

A partir de esta premisa, se decidió que el evento no solo tenía que ser una fuente de motivación para jóvenes en Venezuela, sino también aportar y ayudar a alguien más, por eso se destinó todo lo recaudado en las entradas del evento (que constó de dos kilos de alimentos no perecederos) a la organización sin fines de lucro “Un par por un sueño”.

5.4 Objetivo del evento

La conceptualización del evento fue fundamental para plantear objetivos a realizar dentro del mismo, que permitieron declarar como exitosa la producción del evento teniendo unas especificaciones claras y concisas. Los objetivos se clasificaron en generales y específicos:

5.4.1 El objetivo general:

Producir una tertulia educativa desde la perspectiva política, social y cultural que promueva la importancia de la educación universitaria en Venezuela, dirigida a jóvenes y adultos en edades comprendidas entre 18 a 26 años.

5.4.2 Objetivos específicos:

A través de los objetivos específicos se busca arrojar una serie de efectos positivos que generen veracidad en la ejecución y efectividad de *ÁgoraP247*, buscando:

- Promover la importancia de la educación universitaria a través de una tertulia.
- Debatir la importancia de la educación universitaria en Venezuela desde la perspectiva política, social y cultural.
- Contar con la asistencia de jóvenes de edades comprendidas entre 18 a 26 años de edad.
- Recaudar alimentos no perecederos bajo el enfoque de la tertulia educativa.

- Contar con la participación de ponentes especialistas en las áreas: social, política y cultural que fortalezcan a través de su opinión la importancia de la educación universitaria en Venezuela en la tertulia.

Al desarrollar estos objetivos específicos se pudo tener una visión más clara de hacía donde se dirigía el evento y los resultados que se querían obtener con la producción del mismo, siendo estos objetivos cumplidos dentro de la producción del evento.

5.5 Cronograma de actividades

En el anteproyecto presentado ante la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información para la aprobación del mismo se realizó un cronograma de las etapas. Sin embargo, en el trayecto hubo modificaciones debido a imprevistos en la producción del mismo, por lo tanto, se plantea un cronograma de acuerdo a lo ocurrido en la Pre, Pro y Post-producción de dicho evento educativo.

Tabla 2. Cronograma de actividades

Cronograma PFC		
Etapas	Fecha	Actividad
PRE- PRODUCCIÓN	Jun-9-2019	Redacción de anteproyecto
	Jun-16-2019	Entrega de anteproyecto a facultad
	Jun-23-2019	Primeras reuniones con tutor acerca de conceptualización del evento
	Jun-30-2019	Búsqueda de locación
	Sep-1-2019	Aprobación de anteproyecto por facultad
	Sep-8-2019	Búsqueda de ponentes, contacto con la fundación Un Par Por un Sueño. Búsqueda de patrocinantes
	Sep-15-2019	Visita nuevamente, al lugar del evento "CERQUONE PROJECTS"

	Sep-22-2019	Búsqueda de nombre del evento, justificación. Creación de posible línea gráfica
	Sep-29-2019	Envío de cartas de patrocinio
PRODUCCIÓN	Oct-6-2019	Búsqueda de proveedores: <i>backing</i> , comida, <i>staff</i> , seguridad, iluminación, sonido, hidratación, mobiliario, detalles
	Oct-13-2019	Búsqueda y contacto con profesores para posibles ponentes y moderador
	Oct-20-2019	Reunión con tutor para chequear diferentes detalles de la producción
	Oct-27-2019	Envío de cartas de patrocinio a grandes empresas o corporaciones
	Nov-3-2019	Definición de proveedores
	Nov-10-2019	Diseño de la línea gráfica, estudio de colores, slogan, logo. Redacción de la grilla
	Nov-17-2019	Búsqueda de ponentes. Consolidación de patrocinantes.
	Nov-24-2019	Definición de Material POP y obsequios a dar para ponentes.
	Dic-1-2019	Apertura de la cuenta de Instagram.
	Dic-8-2019	Búsqueda de patrocinio de camisetas para el día del evento.
PRODUCCIÓN	Dic-15-2019	Visita a los comedores de un par por un sueño para documentar en fotos y videos sobre su labor.
	Ene 6 al 12-2020	CAMBIO DE LOCACIÓN. Reestructuración de costos por cambio de locación. Búsqueda de mayor cantidad de patrocinantes. Definición de locación. La T de Chuao.

PRODUCCIÓN	Ene-13-2020	Reunión con aliados principales: Freyra Cacao, Almaran Servicios, Olivo Gourmet. Recibir pagos e intercambios de patrocinantes. Diseño del <i>backing</i>
	Ene-20-2020	Impresión y entrega de invitaciones. Habilitado el link para la reservación de puestos. Confirmación de ponentes. Impresión de <i>flyers</i> . Explicación a ponentes y moderador de su rol.
	Ene-26-2020	Llegada de material decorativo. Cancelar deudas con proveedores. Últimos pagos de patrocinio y finiquitar alianzas. Reunión con sonidista. Prueba de sonido. Impresión de últimos detalles: notas de agradecimientos, identificadores, señalizaciones. Realización de banderines de identificación
	Feb-5-2020	Instalación de tomas de corrientes, limpieza del local, traslado de sofás para la ambientación de ponente, retirada de sillas que no se utilizarían, colocar luces auxiliares. Impresión de cronograma de actividades. Reunión con <i>Staff</i> , seguridad, personal de limpieza. Cierra la lista de inscripción para reservación de puestos. Reunión con Un Par Por Un Sueño
	Feb-6-2020	Día del evento. Entrega de recolección de comida a la ONG
	Feb-7-2020	Desmontaje del evento. Entrega de sillas, desmontaje del <i>backing</i> , entrega de mobiliario de decoración
	POST- PRODUCCIÓN	Feb 13-2020
Feb 20-2020		Redacción de tesis
Mar 1-2020		Revisión tutor

	Mar 8-2020	Modificaciones
	Mar 13-2020	Modificaciones. Entrega a facultad

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.6 Público meta

Toda empresa, marca o producto tiene que tener un público meta definido. Se tomará a “Ágora P247” como un producto, es por eso que con la consolidación de un target se puede tener una estructura clara de hacia quién va dirigido el evento, de esta manera se puede generar una cercanía comunicacional. El mismo fue establecido fue fijado bajo la conceptualización del evento. Entendiendo que el tema principal era el rescate del valor de la educación en el país, enfocado en la importancia de seguir estudiando en las universidades, se llegó a la conclusión que el público meta debía ser enfocado en jóvenes entre 18 a 26 años de edad, residentes en Caracas, que estuviesen esperando a la inserción universitaria, cursando una carrera universitaria o se encuentren en proceso decisivo acerca de su futuro.

Este fue trazado debido a la importancia de la temática que se estaba abordando, era necesario entender que el futuro del país está en los jóvenes y son ellos quienes necesitan un empujón por el cual seguir estudiando en Venezuela de manera amena, sin formalismos, ya que este tema podría ser difícil de calar entre el público.

Se quiso realizar una convocatoria a una generación que está a la espera de cambios, que busca información y comprobación con hechos palpables las respuestas a sus preguntas. Dadas esas especificaciones, se decidió enfocar el evento para ese público específico, pero dando espacio a que cualquier persona pueda asistir

5.7 Alianza con la fundación “Un par por un sueño”.

En el año 2013 Eithan y Brian Fincheltub deciden realizar una recolección de zapatos para los niños de Petare, de esta manera nace la fundación “Un par por un sueño”. En el año 2014 se

organiza una red de embajadores en 50 colegios y universidades de Caracas que aún se mantiene actualmente.

Entre el año 2017 se pudo hacer entrega de más de 6.000 pares de zapatos. Sin embargo, los fundadores pudieron notar la disminución en la asistencia de los niños a las prácticas deportivas y clases, por eso se decidió implementar un programa de alimentación.

De otra manera, la Fundación continua con el programa de alimentación, abriendo comedores en las zonas adyacentes a las escuelas. En 4 años se han encargado de alimentar a más de 1.500 niños en la parroquia de Petare.

Un par por un sueño, a lo largo de los años ha podido crecer notablemente, incluso con la creación de su línea “Made in Petare” un proyecto de empoderamiento de madres solteras de Petare destinado para capacitación de las mismas, en repostería y costura. A través de esta iniciativa generan empleos y prosperidad económica en la comunidad con un fin social, permitiendo también, con la compra de una de las carteras elaboradas por dicha marca, darle comida a un joven dentro del comedor.

En tal sentido se buscó realizar una alianza con una Fundación que pudiera concordar con el concepto del evento. Se contactó con la ONG “Un par por un sueño” ya que se encontró relación con su apuesta a la educación mediante la capacitación de madres de la Parroquia, la apuesta al deporte, la creación del comedor alimenticio y las clases particulares para los miembros del comedor. De esta forma, se estableció la alianza entre la Fundación y los productores de Ágora P247.

Asimismo, la alianza realizada no fue estipulada bajo ningunas condiciones preliminares, solo se estipularon la visita a por lo menos uno de los comedores, el espacio habilitado para la recolecta de productos y la petición de parte de los productores de la mención del evento a través de las Redes de la fundación.

5.8 Día, fecha y lugar del evento

Con previa planificación se decidió que para la realización del evento ÁgoraP247 se debía contar con un espacio al aire libre, que pudiese generar calidez y una sensación de “reunión íntima” para todos los asistentes. Se inició la tarea de la búsqueda de locaciones, encontrando diferentes opciones que cumplieran con las especificaciones, pero que dependiendo de la zona y tamaño del espacio acrecentaban el costo de la producción. En primera instancia, la decisión de realizar el evento fue en Cerquone Arts. Una galería de arte ubicada en La Castellana. La misma, contaba con un patio que cumplía con las características que se buscaba para la realización del mismo.

Este sitio, fue concretado previo a la aprobación del anteproyecto, en el mes de junio del año 2019. No obstante, los imprevistos en una producción nunca están demás, es por eso, que, faltando exactamente un mes para el día del evento, el director de la galería de arte decidió deshacer el contrato por remodelaciones en el mismo. Debido a este suceso, las tareas previamente organizadas tuvieron alteraciones a partir de este imprevisto y se procedió a la búsqueda de una locación definitiva. Se contó con un tiempo estimado de cuatro días para poder encontrar y asegurar la disponibilidad del nuevo lugar.

Sobre la búsqueda del espacio ideal se encontró la disponibilidad de la T de Chuao ubicada en la calle Choroní al lado del consulado de Cuba, el mismo fue una opción viable para realizar este evento debido a su espacio agradable para una cantidad máxima de cuarenta personas. Este cambio, realizó un impacto en la producción, debido a que el lugar anterior tenía una capacidad máxima de ochenta personas, sin embargo, se tomó la decisión de elegir como lugar principal el lugar encontrado, ya que cumplía con varias de las características necesarias que debía tener el espacio idóneo, es decir, que fuera un espacio al aire libre, ambiente ameno, que se permitiera la cercanía y la interacción con los ponentes, que, como tertulia, se buscó fomentar.

La T de Chuao, funciona como una casa cultural, para diferentes encuentros artísticos y ser un espacio para diferentes actividades, que converjan en el amor al arte, para el disfrute, reflexión, encuentro de opiniones y debates.

Otro de los beneficios que generó la utilización de la T de Chuao en comparación con Cerquone Arts se basó en la reducción de personas que podrían asistir (de 80 se pasó a 40) esto provocó la disminución de costos, en cuanto a alquileres de (cantidad de sillas, toldo, entre otros) elementos necesarios para la realización del evento en Cerquone Arts.

Como equipo, se entendió que la planificación y organización de un evento es fundamental, es por eso que el evento tuvo una fecha establecida para el día jueves 6 de febrero, entendiendo que en ese mes existía mayor oportunidad para la búsqueda de patrocinantes, ponentes, aliados, entre otros. Sin embargo, se conocía que podía ser un factor que jugase en contra por la crisis que vive nuestro país.

Se decidió establecer el día jueves como opción para la presentación del evento, ya que, los días viernes se suele tener mayor cantidad de planes alternativos para concluir la semana laboral. Se tomó como punto de referencia una semana anterior a la fecha del 14 de febrero para evitar inconvenientes entre fiestas y planes opcionales al encuentro.

5.9 Comités de trabajo

Se hace indispensable para la organización de un evento poder contar con una distribución de asignaciones claras, debido a la gran cantidad de tareas pendientes a realizar, es por eso, que hay diferentes comités para dividir las áreas y actividades entre los miembros del equipo. Este PFC fue elaborado entre 2 personas, por lo tanto, ambos integrantes realizaron tareas de cada comité, es por ello que se optó en clasificar dos comités que llevan por nombre “Comités de planificación” y “Comités de acción”, donde cada uno abarca diferentes áreas que se complementan entre sí:

5.9.1 Comité de planificación:

El Comité de Planificación, está conformado por el área de finanzas y participantes. Mientras que, el Comité de acción desarrolla el área de identidad, comunicación, logística y protocolo, donde se especificaran las siguientes tareas a desarrollar en cada área.

5.9.1.1 Área de finanzas:

El área de finanzas se encarga de llevar el control acerca de las entradas y salidas de dinero para la realización del evento. Es de gran importancia, ya que, se puede establecer un orden para la estructuración de costos, pago a tiempo de proveedores, entre otros.

5.9.1.1.1 Encargado: Entre los miembros del equipo, se pudo trabajar el área de finanzas, debido a los contactos que ambos productores poseían de posibles patrocinantes y proveedores.

5.9.1.1.2 Tareas y día del evento

- Se contactó con posibles aliados.
- Se realizaron redacciones de carta de patrocinio y envío de la misma.
- Se establecieron reuniones con patrocinantes explicando los beneficios de la alianza.
- Se realizó estructuras de costos, detallando cuales serían los principales gastos.
- Se contactaron proveedores, de acuerdo con el seguimiento de los precios desde el mes de noviembre hasta el mes de febrero 2020, para la reestructuración de costos semanales, según la variación del precio del dólar, entendiendo la crisis actual que vive el país.
- Se procedió a la búsqueda de presupuestos para refrigerios, obsequios y demás.
- Se realizaron los pagos de forma diligente a proveedores para evitar el aumento de costos y la variación de la estructura del mismo, tomando en consideración la beneficencia del evento para la disminución de las pérdidas.
- Se procedió a la recepción de los proveedores en el tiempo establecido.
- Se realizó la instalación correcta del pendón con los debidos patrocinantes.
- Se procedió a la observación del comportamiento de proveedores dentro de la ejecución del evento.

5.9.1.2 Área de participantes

El área de participantes está basada en la planificación previa de la asistencia de los ponentes, del moderador y del control de entradas de las personas participantes como espectadores el día del evento. Dicha área, se encargó del contacto de quienes guiarían el evento a través de la tertulia.

5.9.1.2.1 Encargado: Alba Jurado.

5.9.1.2.2 Tareas y día del evento:

- Búsqueda de diferentes ponentes de acuerdo a la temática del evento y seguimiento del mismo para la disponibilidad o no, el día del evento.
- Búsqueda de fundación a beneficiar.
- Redacción de cartas de invitación y explicación acerca del evento a ponentes, moderador y fundación.
- Elaboración de base de datos de los ponentes.
- Creación de formulario para la reservación de puestos, lista de asistentes.
- Redacción de nota de prensa para la visita a la emisora.
- Redacción e impresión de agradecimientos para ponentes y moderador.
- Planificación de obsequios y atenciones para cada ponente e invitados especiales.
- Recepción de ponentes.
- Indicar el camino hasta el camerino.
- Asignar sus correspondientes regalos, con atención a cualquier necesidad.
- Entregar la cena después del evento.

5.9.2 Comité de acción

5.9.2.1 Área de identidad y comunicación

El área de identidad se estableció para el diseño y elaboración de la identidad gráfica del evento, dando así una cara a Ágora P247. Su importancia se remonta al área de publicidad y promoción del mismo.

El área de comunicación, se enfocó en la realización de promoción del evento a través de *RRSS* y la visita a Circuito Pop 105.9 Fm para conversar acerca del evento a realizarse.

5.9.2.1.1 Encargado en el área de identidad: Luis Contreras

5.9.2.1.2 Tareas y día del evento:

- Creación del logo del evento.
- Elaboración de la línea gráfica, incluyendo paleta de colores, usos correctos e incorrectos del mismo.
- Diseño del contenido publicado en redes sociales (Instagram @agorap247).
- Diseño de *flyers* para distribuir en las carteleras universitarias.
- Diseño de invitaciones para profesores e invitados especiales.
- Diseño de material gráfico dentro del evento.
- Diseño e impresión de material identificativo para obsequios de ponentes, jurados e invitados especiales.
- Diseño y distribución de *backing*.
- Diseño de los *flyers* oficiales para la presentación de ponentes.
- Recepción de los invitados.
- Coordinar las pruebas de sonidos.
- Correcta instalación del *backing*.
- Instalación de banderines.
- Supervisión acerca de la ubicación adecuada de las sillas.

5.9.2.1.3 Encargado en el área de comunicación: Alba Jurado

5.9.2.1.4 Tareas y día del evento:

- Manejo de redes sociales.
- Redacción de *copy* externo.
- Publicación de *posts*.
- Mantener al día las *RRSS*.
- Planificación de visita a Circuito POP.
- Cubrir mediante *Stories* (en *Instagram*) como iba transcurriendo el montaje y producción del mismo.

5.9.2.2 Área de logística y protocolo

El área de logística y protocolo se entendió como fundamental para el desarrollo de las tareas a desempeñar por parte del *Staff*, además de poder organizar un cronograma con los pendientes por cubrir como: sonido, musicalización, entre otros.

5.9.2.2.1 Encargados: Alba Jurado y Luis Contreras.

5.9.2.2.2 Tareas y día del evento:

- Planificación de tareas para el *staff*.
- Realización de prueba de sonido, seguimiento de proveedores en relación al lugar y hora acordada.
- Indicaciones y reunión con *staff* explicando sus funciones durante el día del evento mediante la planificación de los espacios.
- Realización de búsquedas de stands de alimentos mediante el intercambio con sus productos.
- Proporcionar hidratación para el público en general.
- Control de acceso, repartición de detalles de la marca en la entrada del evento.
- Supervisión de todas las áreas y el desarrollo correcto de las mismas.

5.10 Participantes

5.10.1 Modelo de carta de presentación para participantes

Con una idea clara de quienes se quería que fueran los participantes en la primera edición de Ágora P247, se procedió a la solicitud de participación de cada ponente y del moderador para el evento. Para ello, se realizó una petición formal a través de una carta de presentación donde se explicaba sobre lo que constaba el evento y dando detalles acerca de los tópicos del mismo dentro de la tertulia. La invitación para los ponentes reflejaba la fecha, hora y lugar del mismo, a su vez, se procedió a adjuntar una presentación de *Power Point*, la cual explicaba de mejor manera el rol a cumplir. (Ver Anexo1)

5.10.2 Modelo de carta de agradecimiento para participantes

Finalizado el evento, se le entregó a cada participante una carta de agradecimiento personalizada, por haber sido parte de esta tertulia desinteresadamente. Denotando una idea diferente en la entrega de las cartas impresas la cuales fueron personalizadas con emotivos mensajes para cada participante. (ver anexos 1.2 y 1.3)

5.10.3 Base de datos de participantes

Los ponentes y el moderador del evento fueron elegidos tomando en cuenta sus profesiones. Ya que se quería cubrir el área: social, cultural, política y educacional. Es por eso, que se buscó profesionales con años de experiencias en sus campos laborales que pudieran dar una visión más amplia de como la educación ha influido en sus entornos y por qué desde sus perspectivas las universidades deberían mantenerse siempre con aulas repletas de estudiantes.

Aunque el concepto parece fácil de abordar, realmente se tuvo complicaciones para conseguir a los ponentes indicados, con una trayectoria conocida y que pudiesen ir directo al target, con disponibilidad para la fecha y sin percibir ganancias en metálico por la misma, es por eso que

se establecerán dos tablas, la primera donde se especificará la lista de posibles ponentes y una segunda con los mismos ya concretados:

5.10.3.1 Base de datos de posibles ponentes a participar

Tabla 3. Posibles ponentes

NOMBRE	ÁREA
José Rafael (Profe) Briceño	Social
Víctor Moreno	Cultural
Emilio Lovera	Social
Nelson Bocaranda	Social
Elías Pino Iturrieta	Histórico
Willy Mckey	Social
Alejandro León	Social
Alonso Moleiro	Cultural
Luis Carlos Díaz	Social
Arraíz Lucca	Histórico

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.10.3.2 Base de datos de ponentes definitivos

Tabla 4. Ponentes definitivos base de datos

NOMBRE	CORREO	ÁREA
Albe Pérez-Perazzo	Albe.perez@gmail.com	Socio-Cultural
Julio César Pineda	jcpineda@gmail.com	Político-Internacional
José Tomás Angola	Jtangola.1@gmail.com	Cultural
Víctor Amaya	elvictoramaya@gmail.com	Social
Gabriel Gutiérrez	gagutiver@gmail.com	Educativo

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

La lista definitiva de ponentes fue establecida según su área y disponibilidad principalmente, ya que, con planificación se comenzó la búsqueda de los “posibles ponentes”, sin embargo, aunque se trató de ubicarlos desde el mes de octubre del 2019, los mismos, no tenían la disponibilidad debido a sus agendas para el día del evento.

Los ponentes definitivos pudieron dar su opinión abriendo un espacio para la reflexión, con gran ánimo y disposición lograron compartir con el público al finalizar la tertulia (ver anexo 1.4).

5.10.4 Mini-biografía de participantes

- **Víctor Amaya:**

Periodista egresado de la Universidad Central de Venezuela con maestría en Radio por la Universidad Complutense de Madrid. Editor de la revista Clímax y jefe de proyectos periodísticos de TalCual. Fue ganador del Premio a la Excelencia Periodística de la Sociedad Interamericana de Prensa. (Ver anexo 2).

- **Albe Pérez:**

Especialista en gestión cultural, con más de quince años de experiencia en el diseño y ejecución de políticas públicas municipales. Fundadora y directora de Ser Voz, plataforma digital que difunde experiencias sociales, culturales y creativas que impactan la sociedad venezolana. Coordinadora General de State Alumni Venezuela, programa que reúne a los egresados de programas de formación promovidos por la Embajada de los Estados Unidos en Venezuela. (ver anexo 2.1).

- **José Tomás Angola:**

José Tomás Angola Heredia es un escritor, dramaturgo, poeta, narrador, director y actor teatral venezolano. Es periodista egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) En septiembre de 2019, fue galardonado con el Premio Isaac Chocrón en la mención Autoría Escénica o Dirección, por la puesta en escena de la obra "Alta Traición" de Federico Pacanins. (Ver anexo 2.2).

- **Julio César Pineda:**

Abogado y Doctor en Derecho y Relaciones Internacionales. Diplomático de carrera por más de 30 años, ejerciendo como Embajador de Venezuela en Libia, Corea del Norte y Kuwait. Miembro del Parlamento Internacional por la Seguridad y la Paz. Conferencista, profesor y escritor. Conductor del Programa de televisión “Brújula Internacional” por Globovisión. (Ver anexo 2.3).

- **Gabriel Gutiérrez:**

Abogado y Comunicador Social por la UCAB. Miembro del Grupo Fundador de la Universidad Monteávila. Ha ocupado varios cargos en la UMA como Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, director del Comité de Admisión y director del Comité de Comunicación Institucional. Desde la fundación de la Universidad Monteávila ha sido profesor en varias Facultades. (ver anexo 2.4).

5.10.5 Patrocinio y proveedores:

Como se mencionó anteriormente en la estrategia, el principal problema a resolver era la falta de recursos económicos para la realización del evento. Es por eso, que se recurrió a la solicitud de patrocinio a más de 30 empresas venezolanas, buscando así, una alianza que beneficiara la producción del evento a través de dinero o intercambio. No obstante, no todas las empresas pudieron consolidar una alianza con Ágora P247, debido a que algunas buscaban un mayor beneficio o el objetivo del evento no iba acorde a los valores o norte de la empresa.

Se pudo consolidar 15 patrocinadores, entre empresas, emprendedores y firmas personales, que se unieron a este evento. Dentro de los principales patrocinantes, se encontraban: Comercializadora Freyra C.A, Emecell, Servicios e Ingeniería Almaran, Impresiones Julieta, Olivo Bodegón y el Dr. Rafael Andrade.

El resto de los patrocinadores que aceptaron ser parte de este evento fueron: Candela Foods, Dj Roberto Carlos, Adolfo Contreras firma personal, Rosxanna Martínez firma personal, Dra. Ana

Miriam Fernández y Dulces Creaciones GB. Todos ellos pudieron hacer posible la realización de Ágora P247.

Aparte de los patrocinadores, también se contó con alianzas estratégicas, entre ellas se encontraban, en primera instancia, la Organización Sin Fines de Lucro “Un par por un sueño”, quienes con disposición y entusiasmo aceptaron ser parte de este evento y ser ellos los beneficiados con la recolección de alimentos no perecederos como pago de la entrada para esta tertulia.

En segunda instancia, otra alianza fundamental fue con el espacio donde se llevó a cabo este evento, es decir, en la T de Chuao, quienes con suma disposición decidieron que los productores del evento colocaran un precio al alquiler del espacio. Y, por último, la Universidad Monteávila, que ha sido la Alma Mater de los productores de este evento y quienes redactan, formándolos profesionalmente durante 5 años y facilitando diferentes herramientas a lo largo de la carrera para el desarrollo del mismo.

Pasando a la parte de patrocinios, el aporte metálico, era de fundamental importancia, es por eso que contamos con el apoyo monetario de Servicios e Ingeniería Almaran, Emecell, Adolfo Contreras, Dra. Ana Miriam Fernández, Rosxanna Martínez. A través de estos cinco patrocinantes se pudo cubrir la mayoría de los gastos, por su donación en efectivo, como el alquiler de sillas, pago de alquiler del lugar, realización y montaje del *backing*, realización de camisetas, transporte, parte de impresiones para publicidad, impresiones, *flyers*, porcentaje de pago para detalles de promoción dentro el evento y obsequios destinados a nuestros ponentes, jurado y tutor.

Por otro lado, La Comercializadora Freyra C.A, fue una pieza fundamental en el desarrollo del evento, fue la primera empresa en dar su apoyo al evento con: té de cascarilla de cacao para todos los asistentes al llegar junto con los bombones de chocolate rellenos de crema de sarrapia y muestras de chocolate al finalizar el evento para todos los presentes.

Impresiones Julieta, fue un apoyo fundamental, ya que a través de un convenio solo se canceló un porcentaje mínimo, relacionado con los detalles del evento como: cuadros,

calcomanías, vasos, identificadores, bolsas de regalo, libretas, agradecimientos, cajas de recuerdos con dulces, identificación de portarretratos, señalización y más.

Dulces creaciones GB, fue el patrocinio mediante intercambio para el obsequio de galletas para nuestros invitados especiales y miembros de nuestro *Staff*.

Olivo Bodegón fue encargado del almuerzo, cena con su respectiva hidratación para nuestro equipo de protocolo, seguridad, limpieza y productores. A su vez, el Dr. Rafael Andrade, proporcionó todos los productos que se encontraban en el camerino, como frutas, papelón con limón, torta, flores decorativas, hielo, vasos y todo lo respectivo para la comodidad de nuestros ponentes y moderador.

Dj Roberto Carlos se encargó de proporcionar la música adecuada para el post evento. El día del evento contamos con la presencia de otros aliados que fueron Candela Food, los mismos, estuvieron presentes con la venta de sándwiches de carne de cerdo y res, con la presencia de ellos dentro del evento, se pudo solicitar a cambio del espacio una cantidad de cinco sándwiches para nuestros ponentes y el moderador al terminar la tertulia.

Además, se contó con la ayuda de personas que pudieron facilitar sonido, comida, mobiliario para la escenografía del evento, entre otros, que no quisieron figurar como patrocinantes oficiales, pero se conmovieron con el motivo de realización del evento y su temática. A ellos, se les pudo mencionar al finalizar el evento agradeciendo su ayuda a la realización del mismo, como fueron: El tutor de este PFC Vicente Corostola, Carlos López, Ernesto Fernández, Eduardo Martínez, Rosa Vargas, Miguel Rodríguez, Eduardo Gamboa, María Fernández, Martin Vegas, Daniela Paro

5.10.5.1 Modelo de carta de patrocinio

El modelo de carta de patrocinio fue enviado a más de 30 empresas con la explicación de nuestro evento, fecha, lugar y el objetivo del mismo. A través de ella buscamos generar un primer contacto para la realización de entrevistas con las empresas y así poder conocer el beneficio de la alianza (ver anexo 3).

5.10.5.2 Base de datos de posibles patrocinantes

La presente base de datos de los posibles y finales patrocinantes sirve de ayuda para los futuros comunicadores que estén interesados en realizar un evento, los mismos fueron contactado a través de correo electrónico, mensajería instantánea y algunos (por tener mayor cercanía a los productores del evento) a través de llamadas telefónicas.

Tabla 5. Base de datos de posibles patrocinantes

COMPAÑÍA	CONTACTO
Alfonzo Rivas & CIA	rse@alfonzorivas.com
Pepsi – Cola Venezuela	Avargaslic@gmail.com
Cines Unidos Venezuela	amadrid@cinesunidos.com
Kores De Venezuela	jd@kores.com.ve
La Montserratina	lsuarez@montserratina.com
Servicios Especiales C. A	serviciosespecialesca@gmail.com
Coctelart	mercadeo.cchocolates@gmail.com
Prana Juice Bar	pranajuicebartienda@gmail.com
Nestlé Venezuela, C. A	Servicio.consumidor@ve.nestle.com
Chocolate St. Moritz	ventaschocolatestmoritz@gmail.com
Ofimania	Mercadeo.ofimania@ofimaniaweb.com
Motivarte Caracas	motivarteccs@gmail.com
Farmatodo Venezuela C. A	0800@farmatodo.com
Becken Haus C. A	Beckenhauscatering@gmail.com
Kenco Venezuela	karen@kenco.com.ve
Cerro Venezuela	cerrove@gmail.com

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

Tabla 6. Base de datos de patrocinadores oficiales

PATROCINADORES	CONTACTO	CONTACTO
Comercializadora Freyra C. A	Andrea Sánchez	0424-2108293
EMECCELL	María Margarita Rondón	0414-2969788
Servicios e Ingeniería Almaran	Álvaro López	0424-3464024
Dra. Ana Miriam Fernández	Ana Fernández	0414-3776457
Rosxanna Martínez	Rosxanna Martínez	0414-2968110
Adolfo Contreras	Adolfo Contreras	0414-2531997
Impresiones Julieta C. A	Julieta Armas	0412-4744334
Olivo Bodegón	Carolina Ardila	0412-3324551
Dulces Creaciones GB	Maribel Surt	0414-1618842
DJ Roberto Carlos	Roberto Carrasquel	0424-2862451
Dr. Rafael Andrade	Rafael Andrade	0414-2278536
Candela Foods	Federico Zeppenfeldt	0416-6088352
Un par por un sueño	Daniela Paro	0414-2093761
La T de Chuao	Martin Vegas	0412-3155058

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.10.6 Presupuesto

Con el fin de establecer los costos del proyecto, se realizó un presupuesto que abarcara los gastos del evento ÁgoraP247, dentro del mismo se establecieron los pagos y patrocinios obtenidos. Se trabajó en divisas (dólar USD \$) por la inflación que presenta actualmente Venezuela.

Tabla 7. Presupuesto

AREA DEL EVENTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DETALLES	DESCRIPCIÓN
	Espacio de charla	150\$	Alquiler de la T de Chuao. 2 mesas de mármol. 2 redes de luces led grandes.	Pago realizado por patrocinio de 150\$ de servicios Almarán
IDENTIDAD GRÁFICA	Pendón	40\$	1 pendón de 3mts x 2mts	Pago realizado por patrocinio de Adolfo Contreras
	<i>Backing</i>	30\$	1 <i>Backing</i> para fotos	Alquiler realizado por patrocinio de Emecell c.a
	<i>Backing/</i> instalación y transporte	20\$	Honorarios profesionales por instalación de <i>backing</i> y transporte	Pago de instalación y transporte realizado por patrocinio de Emecell C. A
SONIDO DEL EVENTO	Sonido	0\$	2 cornetas JBL profesionales, 4 micrófonos alámbricos y 1 inalámbrico	Patrocinado por Ernesto Fernández
SONIDO DEL EVENTO	Servicio de DJ	20\$	Honorarios profesionales	Pago patrocinado por Almarán
DECORACIÓN DEL EVENTO	Sillas	75\$	50 sillas Tiffany	Alquiler realizado por patrocinio de servicios Almarán
	<i>Puff</i>	50\$	10 <i>puff</i> de Semi-cuero	Alquiler realizado por patrocinio de Adolfo Contreras
	Muebles	0\$	2 poltronas y 1 mueble para la ponencia	Alquiler patrocinado por Iskia bajo intercambio de publicidad
	Banderines	10\$	70 mts de banderines blanco y azul.	Pago patrocinado por la Dra. Ana Fernández

	Mesa	0\$	1 Mesa para ponencia	Alquiler patrocinado por Iskia bajo intercambio de publicidad
	Flores	0\$	4 Ramos de flores variadas	Pago patrocinado por el Dra. Rafael Andrade bajo intercambio de publicidad
FOTOGRAFO DEL EVENTO	Fotógrafo	0\$	Honorarios profesionales	Servicio patrocinado bajo intercambio de publicidad
IMPRESIONES	Impresiones	40\$	100 banderines de vasos. 100 stickers, para vasos. 8 bolsas impresas. 100 calcomanías. 5 impresiones de agradecimiento	Pago patrocinado por la Dra. Ana Fernández
IMPRESIONES	Impresiones	15\$	5 invitaciones personalizadas. 6 <i>Flyers</i> impresos. 6 sobres personalizados. 4 impresiones en papel autoadhesivo. 8 impresiones de recetas Scannone. 8 impresiones en gigantografía del logo.	Pago patrocinado por la Dra. Ana Fernández

Material pop	Material pop	0\$	<p>8 identificadores de botellas con relieve.</p> <p>2 cuadros de madera en relieve.</p> <p>3 portarretratos personalizados.</p> <p>8 cuadernos personalizado.</p> <p>100 vasos para Té personalizados.</p> <p>8 lapiceros personalizados.</p> <p>8 cajas de dulces</p> <p>10 credenciales plastificadas</p>	Pago realizado por patrocinio de Impresiones Julieta
CAMISAS	Camisas	20\$	<p>2 camisas talla L blanca.</p> <p>1 camisa talla M blanca.</p> <p>1 camisa talla S blanca.</p>	Pago realizado por patrocinio de Adolfo Contreras
	Timbrado / camisas	12\$	2 timbrados de camisas en relieve	Pago realizado por patrocinio de Adolfo Contreras
SERVICIO DE CATERING	Hidratación	18\$	<p>4 cajas de agua potable de 300mlt.</p> <p>2 botellones de agua de 5 litros.</p>	Pago realizado por patrocinio de Emecell.CA

	Chocolate/ bombones	0\$	100 bombones de chocolate reellenos de sarrapia. 100 empaques para bombones	Pago patrocinado por Freyra C.A bajo intercambio de publicidad
SERVICIO DE CATERING	Té de cascarilla	0\$	6 litros de Té de cascarilla de cacao	Pago patrocinado por Freyra C.A bajo intercambio de publicidad
	Refrigerio <i>staff</i>	0\$	Almuerzo e hidratación para 15 personas. Cena e hidratación para 15 personas.	Pago patrocinado por Olivo Bodegón bajo intercambio de publicidad
	Refrigerio / ponentes	0\$	1 torta de zanahorias de un kilo. 1 kilo de mandarinas 1 kilo de cambur. 1 litro de papelón con limón.	Pago patrocinado por el Dra. Rafael Andrade bajo intercambio de publicidad
	Cena de ponentes	0\$	6 hamburguesas de carne con tocineta y bebida	Pago patrocinado por Candela Food bajo intercambio de publicidad
TRANSPORTE	Transporte	30\$	40 carreras durante el mes enero. 5 carreras el día del evento	Pago realizado por patrocinio de Rosxanna Martínez.

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.10.6.1 Patrocinantes

Los patrocinante fueron quienes aportaron las finanzas necesarias para la realización del evento, siendo especificado en la tabla próxima el desglose de dichos patrocinios.

Tabla 8. Aportes

DESCRIPCIÓN	NOMBRE	APORTE	ESPECIFICACIÓN
Patrocinante	Servicios de ingeniería Almaran	245\$	Aporte realizado en físico (divisas).
Patrocinante	Adolfo Contreras	122\$	Aporte realizado en físico (divisas).
Patrocinante	Agencia autorizada EMECELL.CA	68\$	Aporte realizado en físico (divisas).
Patrocinante	DRA. Ana M. Fernández	65\$	Aporte realizado en físico (divisas).
Patrocinante	Rosxanna Martínez	30\$	Aporte realizado en físico (divisas).
Patrocinante	DR. Rafael Andrade	Refrigerios de <i>staff</i> . Flores.	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
Patrocinante	Dj Roberto Carlos	Playlist del evento.	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
Patrocinante	Candela Food	Cena para ponentes	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
Patrocinante	Olivo bodegón	Almuerzo e hidratación para <i>staff</i> . Cena e hidratación para <i>staff</i>	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
Patrocinante	Freyra. C.A	TÉ de cascarilla. Bombones de sarrapia	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
Patrocinante	Eduardo Gamboa	Fotografías del evento	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
		8 identificadores de botellas con relieve.	

Patrocinante	Impresiones Julieta	<p>2 cuadros de madera en relieve.</p> <p>3 portarretratos personalizados.</p> <p>8 cuadernos personalizados.</p> <p>100 vasos para Té personalizados.</p> <p>8 lapiceros personalizados.</p> <p>8 cajas de dulces</p> <p>10 credenciales plastificadas</p>	Aporte de patrocinio bajo acuerdo de publicidad
--------------	---------------------	---	---

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.10.7 Logística y planificación

Se necesitó diferentes elementos que ayudaran a la realización de Ágora P247, los mismos permitieron dar un valor agregado no solo a los ponentes sino también a los participantes del mismo y miembros del equipo de Ágora, brindando una experiencia de organización y buena producción.

5.10.7.1 Refrigerio

Dentro de la producción del evento se hacía necesario diferentes refrigerios, no solo para los ponentes y el moderador, sino también para miembros de Staff, productores, colaboradores e incluso se estableció la idea de tener refrigerio para los asistentes. Es por eso, que con anterioridad se organizó la asistencia de “Candela Food”, los cuales estuvieron disponibles para el día del evento colocando a la venta sus Sándwiches de carne de cerdo o res (Ver anexo 4).

Asimismo, se contó con la participación del *Stand* de Comercializadora Freyra con la venta de sus chocolates y la muestra gratis de los mismos. (Ver anexo 4.1)

El refrigerio para los productores y miembros colaboradores el día del evento fue un patrocinio de la mano de Olivo Bodegón que realizó una donación de empanadas y sándwiches con sus respectivas bebidas para la merienda y cena.

5.10.7.2 Obsequios

Para los productores del evento tenía gran importancia atender correctamente a los ponentes, moderador, miembros del jurado y tutor. Es por ello, que se le obsequió a cada uno una bolsa que contenía: Caja correctamente identificada con conservas de dulce de leche y un envase de dulce de lechosa, en compañía con el presente iba un pequeño instructivo con la receta del dulce de lechosa, ya que, como lo indicaba nuestro *Slogan*: “Siempre hay algo nuevo que aprender”. Además, se le incluyó una carta de agradecimiento, un pequeño cuaderno de anotaciones y un bolígrafo. (ver anexo 5)

Para el público en general de la mano con el patrocinio de Freyra se pudo realizar el obsequio de un té de cascarilla de cacao (5.1) y bombones de chocolates rellenos de crema de sarrapia para todos los asistentes. (Ver anexo 5.2)

Para los invitados especiales (miembros de facultad) se realizó una alianza con Dulces Creaciones GB con un intercambio de galletas que sirviesen como detalle por su asistencia.

5.10.7.3 Protocolo

El protocolo de la producción de *Ágora P247* estuvo conformado por 7 personas, 2 estudiantes de la universidad Monteávila, debido a que los mismos conocían a los invitados especiales de facultad, además de prepararlos y dejar como legado para ellos su participación en la realización del evento. 5 personas externas, los mismos eran amigos que contaban con el conocimiento para diferentes áreas a cubrir como sonido, fotografía, transporte, entre otros. Cada

uno de los miembros del protocolo se identificó debidamente con un carnet y se asignó el color negro como color de vestimenta (Ver anexo 6).

El protocolo de dicho evento, pudo ocupar diferentes puestos, como el recibimiento de las personas, el control de la comida recibida, la ubicación de las personas en sus debidos puestos, orden en la repartición de obsequios para el público en general, entre otras tareas que serán especificadas más adelante.

Dicho *Staff* formó parte de la instalación de diferentes decoraciones en el lugar como: banderines, afiches, entre otros. Cada miembro del *staff* ubico un puesto dependiendo de sus habilidades reconocidas por los productores.

5.10.7.4 Tareas del protocolo

Las tareas del protocolo fueron variadas, sin embargo, las mismas fueron especificadas en el rango de montaje y evento. Aquí se especificarán las siguientes tareas:

5.10.7.4.1 Montaje:

- Instalación de sonido.
- Ubicación de sillas.
- Prueba de sonido y fotos pre evento.
- Ayuda con el refrigerio.
- Traslado de escenografía
- Decoración de camerino
- Decoración de áreas verdes
- Instalación de tomas de corriente
- Instalación de computadoras para el chequeo de asistentes.
- Instalación de banderines.
- Habilitación de transporte.
- Ayuda con los Stands.

5.10.7.4.2 Evento:

- Vigilancia de entrada.
- Fotógrafo.
- Sonidista.
- Control de entrada, personas asistentes.
- Recepción de aporte para la fundación.
- Servicio de *Coffee Break* y ubicación de participantes.
- Repartición de Bombones.
- Musicalización.
- Repartición de comida para ponentes y moderador.
- Levantamiento fotográfico.
- Atentos a la limpieza del lugar.
- Repartición de agua.
- Desinstalación de sillas y sonido.

5.10.7.5 Decoración

En cuanto a la decoración del evento el mismo se realizó en un ambiente al aire libre y el espacio de la T de Chuao era de tipo rudimentario, de esta manera se decidió resaltar sus espacios con los colores de la línea grafica trabajada para la marca además de *flyers* identificativos en la mayoría de los espacios.

Asimismo, se buscó resaltar en la memoria de nuestros asistentes el azul característico de Ágora, mostrado desde en el tope de las sillas hasta en pequeños espacios como carteles identificativos, floreros y portarretratos. Cada detalle fue especialmente pensado para hacer presencia de la marca dentro del evento. (Ver anexo 7)

La escenografía donde se encontrarían los ponentes y moderador, se ambiente representando en una sala de estar, conformado por un sofá grande, dos poltronas, una silla alta, jarrón con flores, mesas de apoyo y un cuadro con el nombre del evento. (Ver anexo 7.1)

Para la entrada a Ágora P247 se realizó la señalización del sitio a través de banderines extendidos de un lado a otro de la casa, identificando la entrada del evento junto con el *backing* que mostraba los patrocinantes y el nombre de esta producción (Ver anexo 7.2)

5.10.8 Sonido

Para el desarrollo del evento se necesitó de diferentes elementos, ya que, el mismo era de vital importancia, para el desarrollo correcto del mismo, debido a que era una tertulia y el medio principal de comunicación eran los micrófonos.

El día del evento, fueron utilizados, una corneta pre amplificada, en conjunto con un *mixer*, desde allí se pudo utilizar cinco micrófonos, dos de los mismos inalámbricos. Fue de vital importancia el uso de una regleta y una extensión que permitió posicionar la corneta de la mejor forma posible para que el público disfrutara de un volumen adecuado para el evento.

5.11 Entrada

Desde la conceptualización del evento, se estipuló que la entrada del mismo tendría un costo de dos kilos de alimentos no perecederos, debido a que era mucho más factible poder destinar en su totalidad lo recaudado para la fundación con la cual se realizó la alianza.

Fue necesario estipular que, los dos kilos de alimentos no perecederos eran por persona y no por grupo familiar, de esta manera poder garantizar mayor cantidad de comida para los beneficiados dentro de la fundación.

La comida como método de pago fue recibida en la entrada del evento por miembros de la fundación que se encontraban debidamente identificados, a su vez, se procedía a registrarse en la lista de reservación de puestos. (Ver anexo 8)

5.12 Programa del evento

Tabla 9. Programa del evento

HORA	ACTIVIDAD
8:00 AM	Llegada de productores: <ol style="list-style-type: none">1. Llega limpieza2. Llega sonido3. Sacar mobiliario que no se va a usar
9:00 AM	Llega sonido e instalación del set <ol style="list-style-type: none">4. Armar el set5. Llegada de Candela Foods6. Instalación de cornetas7. Prueba de micrófonos8. Ambientación9. Instalación de tomas
10:00 AM	Llegada del <i>backing</i> y sillas <ol style="list-style-type: none">10. Instalación del <i>backing</i>11. Vestir sillas12. Ubicación de las sillas
11:00 AM	Instalación de banderines <ol style="list-style-type: none">13. Instalación de banderines y cuadros14. Instalación de luces decorativas
12:00 PM	Hora de almuerzo y búsqueda de Staff <ol style="list-style-type: none">15. Búsqueda de micrófono proveedor16. Búsqueda de pendrive UMA17. Búsqueda de <i>Staff</i>
1:00 PM	Reunión de equipo <ol style="list-style-type: none">18. Lectura de cronograma19. Reunión con <i>staff</i>

	<p>20. Aclaratoria del rol de cada quien</p>
<p>2:00 PM</p>	<p>Llegada Freyra</p> <p>21. Llegada de freyra</p> <p>22. Habilitar camerinos</p> <p>23. Limpieza de las escaleras</p>
<p>3:00 PM</p>	<p>Revisión general</p> <p>24. Revisión de detalles</p> <p>25. Ultima reunión con <i>Staff</i></p> <p>26. Refrigerio</p>
<p>4:00 PM</p>	<p>27. Reunión con tutor</p> <p>28. Permiso para que <i>staff</i> se cambie</p>
<p>5:00 PM</p>	<p>ABRE LAS PUERTAS</p> <p>29. <i>Staff</i> ocupando cada uno su lugar asignado</p>
<p>6:00 PM</p>	<p>CIERRAN LAS PUERTAS y comienza el evento</p> <p>30. Profesor Gabriel Gutiérrez da inicio a la charla</p>
<p>7:00 PM</p>	<p>Termina tertulia</p> <p>31. Palabras de cierre por parte de los productores</p> <p>32. Comienzo del after tertulia</p>
<p>8:00 PM</p>	<p>Música ambiente para la venta y conversación después del evento</p> <p>33. Cena para ponentes y moderador</p> <p>34. Espacio de discusión y compartir</p>
<p>9:00 PM</p>	<p>Culminado el evento</p> <p>35. Recolección de sillas, sonido</p> <p>36. Cierra de venta de los Stands</p>

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

5.13 Identidad gráfica:

La manera de diferenciar una marca es primordial para toda organización, o en el mayor de los casos, es la imagen gráfica lo que se recuerda y asocia con la organización. La diferenciación del resto es importante ya que transmite una serie de valores que se buscan almacenar en la mente del consumidor durante la vida de dicha organización. La identidad gráfica para ÁgoraP247, estuvo planteada en base a un logotipo minimalista y que tuviera elementos sencillos de recordar.

5.13.1 Logotipo

Se conoce como logotipo a la representación gráfica de una marca, pero en específico, el logotipo solo se refiere al uso de palabras tipográficas. ÁgoraP247 es un logotipo que está compuesto por: palabras, letras y números. (Ver anexo 9- 9.1).

5.13.2 Tipografía:

La tipografía utilizada en el logotipo de Ágora P247, se encuentra dentro de la familia Serif, websa100 (websa100, 2015) la define como: **fuentes Serif**, provienen de la época en que las letras se tallaban en bloques de piedra, donde era muy complicado que los bordes quedasen rectos. Por ese motivo se introdujeron unos remates en los extremos llamados *serif* o *serifas* (p.3). La elección de la tipografía nace de la necesidad de una plantilla de letras que fueran modernas, minimalistas y fáciles de recordar. (Ver anexo 9.2)

Las referencias utilizadas en el logotipo son de tendencia implementadas por grandes marcas a nivel mundial como Coca Cola, Google y Apple. El logotipo está compuesto por la palabra Ágora, acompañado de una letra P en mayúscula y finalmente la numeración 247.

5.13.3 Concepto:

Todo logotipo debe nacer de un concepto, es el requisito necesario para la creación del mismo. ÁgoraP247, nace del concepto de las plazas encontradas en la antigua Grecia, donde se realizaban asambleas para tomar decisiones con respecto a dicha nación y se presume que fue allí

donde dio sus primeros pasos la democracia, según lo establece (Definiciones, 2020) lo define como:

La palabra proviene del idioma griego, ya que denominaba, en las ciudades (polis) de dicha nación, a las plazas públicas y a las asambleas que se celebraban en ella. Con el tiempo, el término se extendió hasta hacer referencia a otros lugares de reunión o discusión. Ellas surgen después de la caída de la civilización micénica y se constituye como un centro cultural, político y comercial de cada ciudad. El Ágora de Atenas, donde los atenienses se reunían para discutir sus problemas, fue uno de los más importantes. En la actualidad, se trata del único edificio de la Antigua Grecia que conserva su techo original. (p. 5).

De acuerdo a lo antes citado, las ágoras eran lugares donde los problemas eran resueltos, donde decisiones correspondientes a la nación eran sometidas a votación, donde personas intercambiaban culturas y conocimiento, es por ello que desde la base de este concepto se creó el logotipo de Ágora P247, buscando resaltar la importancia de la educación por medio de un concepto que tienen miles de años como lo eran las Ágoras. (Ver anexo 9.3).

5.13.4 P247:

La letra P mayúscula, funciona como conector entre el término Ágora y los números 247, esta función permite el resultado final ÁgoraP247. Los números 247 están expresados según el orden que cumple el teclado celular, en donde se encuentra cada uno representado en una letra, es por ello que traducido al alfabeto, las letras correspondientes a los números antes mencionados son: A, I y S, por lo que, agregando los elementos anteriores, se obtiene el resultado de ÁGORAPAÍS, el cual es expresado en ÁgoraP247, con el fin de desarrollar un nombre dinámico, minimalista y que tuviera un juego de palabras que serviría como método de campaña publicitaria. (Ver anexo 9.4).

5.13.5 Colores y texturas:

El evento contó con una serie de ambientes, los cuales buscaron mantener armonía, con lugares que presentaban instalaciones rudimentarias en espacios abiertos.

5.13.6 Colores:

Los colores predominantes, en la paleta utilizada para ÁgoraP247, exhiben colores y tonos que contrastan entre sí, con el fin de captar a la audiencia y facilitarle la comprensión. Kate Smith, quien es una experta internacional en colores, explica la utilización de los mismos según significado y simbolismo (Sensational color, 2015), estableciendo que:

Hay más en el color que lo que se ve a simple vista. El color influye en las percepciones, toca las emociones e influye en las decisiones. Exploré las formas fascinantes en que nuestros cuerpos físicos, nuestros cerebros y nuestras culturas moldean las formas en que interactuamos con los colores (p.6).

Es por ello que se utilizó colores que expresaran tranquilidad y pudieran dar una sensación de introspección, y a través del mismo, crear ese espacio de calma y reflexión.

Azul rey, fue el color encargado de darle profundidad en el fondo del logotipo, definido por especialistas (Sensational color, 2015) como: El color azul tiene un efecto calmante en nuestros cuerpos y está asociado con el descanso, la tranquilidad y la devoción. Asociamos el azul con la introspección y la sabiduría, y los diseñadores lo usan para crear espacios tranquilos, frescos y calmados. (P, 2). Es por ello que la utilización del color azul fue fundamental para crear una sensación agradable a la vista del consumidor y de esta manera incentivar de manera sutil a un espacio de esparcimiento.

El tono blanco, por otra parte, se encargó de colorizar a la tipografía, manteniendo un balance entre el fondo y las letras, dicho color es definido por Kate Smith (Sensational color, 2015) como: Simple, limpio y crea un marcado contraste con otros colores. Nos ayuda a sentirnos organizados y enfocados, y el blanco evoca imágenes de un nuevo comienzo (p. 3).

El uso del blanco tuvo como fin el nuevo comienzo que traía intrínseco el evento, donde se buscó dar un aliento e incentivo a estudiar en las universidades venezolanas, es por ello que la relación de organización y enfoque dada por el blanco, hicieron que resaltara inconscientemente el valor de la educación.

Ágora P247 posee una identidad visual, unitaria y definida, para mantener conceptos previamente expuestos, con el fin de captar rápido a la audiencia y facilitarle la comprensión, por ello se podría decir que la unión de los colores y tonos antes mencionados causan, gráficamente hablando, un evento que incentive a la juventud venezolana a través de un espacio que lleve a la reflexión y conciencia, donde se aborde un tema en específico, como la educación universitaria, desde una manera neutral. (Ver anexo 9.5)

5.13.7 Texturas:

Los colores predominantes, en la paleta utilizada para el evento, exhiben a un color azul rey y tono blanco, ambos fueron utilizados para contrastar las áreas del evento, las cuales se encontraban al aire libre, mostrando una textura rudimentaria acompañada de elementos rústicos y campestres, de esta manera se obtenía un equilibrio visual entre colores pálidos y vivos, donde los últimos jugaban un papel fundamental en la psicología de quienes acudieron al evento asociando a la educación de una manera más fresca y dinámica. Los colores se utilizaron en conjunto con las texturas encontradas en la T de Chuao, obteniendo como resultado profundidad y personificación de la identidad gráfica, conceptualmente representado cómo distintas opiniones que entre si conllevan a un resultado final, en el cual todos pueden llegar a un acuerdo en armonía y representar las distintas opiniones en un solo lugar, como en este particular, la necesidad de la educación universitaria venezolana en la actualidad.

5.13.8 Composición y tipografía:

Para la realización del logotipo de ÁgoraP247 se utilizó la tipografía Futura, en todas sus presentaciones, miembro de la familia Sans-Serif, para todas las comunicaciones del evento en cuanto a nivel gráfico se refiere. La razón principal del uso es la gran legibilidad que posee la misma a grandes distancias, además de esto, la tipografía tiene cortes precisos en su trazado, lo que el cerebro humano asocia con seriedad o institucionalidad. La composición se basó en el uso de Futura como tipografía, la cual creaba la palabra Ágora P247, en un tono blanco acompañadas por un fondo azul rey, que complementaba la relación entre tonos claros y oscuros, y a su vez, eran realizadas por un tono negro como fondo para la sobras de las letras, las cuales siempre se

encontraba alineadas a la izquierda, por principios básicos de diseños, que establecen que el ojo humano percibe más lo encuadrado a la izquierda que a la derecha. En todas las artes se utilizó el logo con transparencia en las sombras negras para dar ligereza al diseño en contraste con el peso de la información o texto. Se realizaron afiches, tapas, stickers, porta retratos, contenido audiovisual, material pop, cuadernos, camisas y cuadros que promovieran el evento, para así facilitar la comprensión del público y dar a conocer el fin de la tertulia, sus beneficiarios, información y por último los ponentes.

5.14 Comunicación y promoción:

Para la comunicación y promoción del evento se estableció publicitar el mismo, a través de las *RRSS*, en específico la plataforma digital de Instagram. A través de ella, se estableció una grilla planificada desde el mes de diciembre hasta el día del del evento.

La planificación de la misma se trabajó en la publicación de tres *posts* semanales, donde se pudo explicar al público meta acerca del evento. El mismo tuvo un tono comunicacional cercano, ya que se quiso que el target que observara la cuenta estuviera en el rango de edad comprendido entre 18 a 26 años de edad, este objetivo se pudo lograr, debido al estudio de las estadísticas realizado por la misma plataforma (ver anexo 10)

Se realizó un total de 44 publicaciones, con una cantidad de 273 seguidores. Las publicaciones se pudieron dividir entre videos, *gifts*, diseños y fotos, donde cada una relataba la historia acerca del evento y el motivo del mismo.

A través de la plataforma digital se pudo habilitar un link que accedía a un formulario para que las personas pudieran reservar su puesto con anterioridad y poder obtener un control mayor de las personas asistentes el día del evento.

La promoción del evento a través de Instagram tuvo un buen *feedback* donde público en general pudo acceder al contenido publicado y mostrando interés en la participación del mismo. A través de haber habilitado el formulario del evento se pudo tener una idea de la cantidad de

personas que podrían asistir, el tipo de comida que llevarían como donación, edad y de qué manera se habían podido enterar del evento (ver anexo 11 – 11.1)

Debido a la realización de este formulario se pudo levantar una base de datos de las personas que habían reservado su puesto al *link* y la inscripción de nuevos.

No obstante, aunque se tuvo una buena promoción por Redes Sociales, se optó por visitar una emisora Circuito Pop 105.9 Fm la semana del evento para hablar acerca de la producción del mismo, de qué forma nació la idea del evento y promocionarla días antes de cerrar el formulario.

5.14.1 Datos de la emisora visitada

Tabla 10. Datos de emisora

EMISORA	PROGRAMA	CONDUCTORES	CONTACTO	NÚMERO
Circuito POP 105.9fm	El grupete de la mañana	- Mila Capote - Luis Loreto - Enzo Amariscua	Sara Salazar	0424 -1678929

Fuente: Contreras y Jurado (2020)

6. PRODUCCIÓN

Para el día del evento jueves 6 de febrero se estipuló la hora de llegada de los organizadores a las 8:00am. Para el montaje del evento se contó con el apoyo no solo de miembros del *Staff* sino también de colaboradores y personal contratado. Entre las 8:00am y 9:00am se pudo estipular la limpieza del lugar y el orden del mobiliario que no se usaría que estaba dentro del espacio donde se realizaría el conversatorio. El montaje de las sillas y *puff* tuvo un adelanto de horario, por lo cual a las 9:00am “Festejos Montenegro” se encontraba dentro de las instalaciones dispuesto a organizar el mismo una vez culminada la limpieza. A la misma hora, se había procedido a la llegada del pendón y la instalación del *backing*, dado por terminada la misma a las 10:30am.

A las 10:00am se pautó una segunda prueba de sonido ya estableciendo el punto exacto de la corneta a usar y la prueba de los micrófonos. En la misma hora ya estaban presentes tres miembros del *Staff*. A las 12:00 pm se encontraban siete colaboradores miembros del *Staff* (ver anexo 12) al llegar se procedió a realizar una reunión donde se le explicó detalladamente las asignaciones y tareas de cada persona dentro del desarrollo de Ágora P247. A partir de allí, se dio un break de 30 minutos para almorzar y proseguir con el montaje de banderines, instalación de tomas, ubicación de mobiliario para escenografía, entre otros.

El protocolo se pudo distribuir las tareas adecuadamente y desempeñarlas a cabalidad, dando espacio para el *lunch* patrocinado por Olivo Bodegón y un espacio de 20 minutos para cambiarse adecuadamente al color de camisa indicada previamente.

A las 2:00pm la llegada de los dos stands para la distribución de sus puestos y el arreglo de los mismos se realizó a la hora puntual.

Junto con el tutor del proyecto, Vicente Corostola, se realizó una reunión precisa se pudo pasar revista de todos los detalles y examinar si eran necesarios cambios en distribución u organización de detalles.

Ágora P247 contó con diferentes puntos para hacer sentir agasajados a todos los asistentes, a través de un buen trato y diferentes detalles al llegar al evento (ver anexo 12.1).

Los ponentes hicieron acto de presencia en el establecimiento a partir de las 5:00pm de la tarde, llegando en orden consecutivo. A los mismos, se les realizó un pequeño recorrido por las instalaciones del lugar, seguidamente acercándolos a su camerino, donde se encontrarían hasta minutos antes de iniciar el evento. Todos los ponentes pudieron llegar antes de las 6:00pm permitiéndoles un espacio para compartir a todos juntos dentro del camerino, esto permitió así, una relación entre ellos y poder discutir previamente el valor de eventos como el realizado.

El evento tuvo una duración exacta de una hora veinticinco minutos, donde sin interrupciones pudo haber un intercambio de ideas entre los cuatro ponentes, cada uno, respondiendo preguntas realizadas por el moderador dando una perspectiva de cuál era la importancia de la educación actual, cuál se creía que era el mayor problema en la educación actual y por qué las universidades venezolanas formaban parte de una construcción de un país. (Ver anexo 12.2)

A pesar de que se especificó en reiteradas ocasiones que la puerta del evento cerraba a las 6:00pm y comenzaba a dicha hora la tertulia, el mismo dio inicio a las 6:30 pm debido a la espera de la totalidad de los ponentes y espera de más público confirmado previamente. Sin embargo, a las 6:25 se procedió a dar por finalizada la entrada de personas externas y hacer pasar a los ponentes y moderador.

Los mismos no tuvieron un orden específico de participación, ya que el evento estuvo dirigido como una conversación más.

Durante el transcurso del día el equipo de protocolo estuvo debidamente hidratado, además no solo se proporcionó un *lunch* sino también galletas de merienda antes de comenzar el evento. Al finalizar, contaron con cena y traslado hasta sus casas.

La tertulia culminó aproximadamente 35 minutos más tarde de lo previsto, acortando de esta manera la duración de las personas en el after por lo tardía de la hora, sin embargo, el público, invitados y ponentes pudieron disfrutar del espacio hasta las 8:30pm donde terminó el desarrollo del evento. La solicitud del espacio la T de Chuao, se había realizado desde las 8:00am de ese día hasta las 9:00pm. A las 8:30 pm se procedió a desmontar parte del evento, con la ayuda de familiares, tutor, protocolo y organizadores se logró desmontar gran parte del mismo, sin embargo, debido a que habían sido alquilados diferentes elementos fue necesario la asistencia al día siguiente en el espacio para hacer el retiro en su totalidad.

El número total de entradas reservadas a través del formulario arrojó un resultado de 30 personas, por otra parte, los asistentes al evento fueron 25, repartidas en una cantidad total de 40 puestos. En cuanto a la cantidad de comida recaudada que serían destinados a la fundación hubo un total de 45 kilos, aunque se estableció un mínimo de dos kilogramos por persona, muchos de los asistentes antes de entrar justificaron que debido a la situación país solo habían podido llevar un kilo o habían podido llevar dos kilos por grupo familiar, la entrada al evento igual era permitida debido a que este evento era pago bajo la donación (si quería o no) de la persona que estaba por asistir, por lo tanto no se negaba el derecho de admisión al mismo por ello.

7. POST PRODUCCIÓN

Ágora P247 como Proyecto Final de Carrera contó con una asistencia total de veinticinco (25) personas de treinta (30) inscritas en el formulario previamente habilitado en la página de Instagram. La capacidad del mismo era de 40 puestos.

En cuanto a la participación que hubo en el evento fue, en su mayoría, amigos cercanos y familiares, sin embargo, hubo una asistencia de personas externas que tuvieron conocimiento del evento a través de las Redes Sociales.

Es importante resaltar, que la promoción del evento fue a través de la plataforma digital de Instagram, ya que, el target principal eran jóvenes entre 18 a 26 años. Además de ello, debido a que se contaba con un espacio limitado se decidió no realizarse una gira de medios. Mediante los resultados obtenidos en el evento se llegó a la conclusión de que de realizar una gira de medios completa, durante dos semanas visitando un total de 5 emisoras, se hubiera podido reservar en su totalidad los puestos faltantes el día del evento.

Sobra la base de los veinticinco (25) asistentes fue necesario verificar sus datos en la entrada del evento para poder tener un control de si las personas asistentes concordaban con las inscritas por el *Google Form*. Entendiendo así las edades de los mismos, nombre, si conocían previamente de la fundación, entre otros. (ver anexo 13) Contar con el formulario nos facilitó la tarea de inscribir ese mismo día a todos los asistentes, permitiéndonos tener un control de las personas y de sus donaciones.

Se pudo medir la eficacia de las comunicaciones a través de nuestras redes sociales, teniendo un total de 273 seguidores y 257 para el día del evento, el aumento se debió a la difusión del mensaje por parte de asistentes, fundación beneficiada y ponente.

Dentro del desarrollo del evento se tomó en cuenta diferentes puntos para el correcto desenvolvimiento del mismo, como:

7.1 Seguridad: El día del evento se contó con dos personas encargadas de vigilar y resguardar los vehículos del público en general, ya que no se constaba con estacionamiento privado para los asistentes. El contacto del mismo se realizó a través de la T de Chuao, facilitando así la relación con los miembros de seguridad que formarían parte fundamental de la producción del mismo. Contar con dichos miembros de seguridad, nos facilitó el poder organizar la distribución de los vehículos y que las personas pudieran disfrutar del evento, sin la preocupación sobre la seguridad de su carro.

7.2 Limpieza: Dicho día se contrató el servicio de una persona que pudiese acondicionar y mantener en orden el espacio a utilizar durante el evento, además de mantener en buen estado el único baño disponible al público. El contacto del mismo fue facilitado por la T de Chuao. La limpieza ayudó a entregar el espacio que se utilizó de la mejor manera posible y durante el evento mantener el orden y pulcritud del mismo.

7.3 Refrigerio y alimentos: Se logró ofrecer una opción de comida y postre para los asistentes. “Candela Food” con sándwiches de carne de res y Freyra con la venta de bombones y barras de chocolate. La presencia de los mismos, permitieron que los asistentes pudieran disfrutar de dichas comidas y dar un espacio para el compartir entre todos los asistentes y ponentes.

7.4 Protocolo: Fue necesaria la presencia de un personal de protocolo, para atender a todos los asistentes, ponentes e invitados especiales. La participación del mismo facilitó en gran cantidad el desarrollo y correcto desenvolvimiento del mismo, debido a que podían delegarse diferentes tareas a lo largo del día y en el momento de iniciar el evento. La presencia del protocolo permitió la delegación de tareas el día de la producción, aligerando así, las cargas de los productores y agilizando el proceso de montaje y desmontaje.

7.5 Moderador: El profesor Gabriel Gutiérrez encargado de animar el evento y presentar a los ponentes, tener un hilo conductor de la tertulia y poder dar una conclusión acerca de lo hablado en ese espacio. Cumplió con todas las pautas dadas y teniendo la oportunidad de improvisar

generando un espacio menos elaborada y más didáctico para todos los presentes. (ver anexo 14). Contar con la presencia de Gutiérrez como moderador del evento, permitió desarrollar de manera idónea las intervenciones de los ponentes, manteniendo una armonía de ideas y sustrayendo lo mejor de cada uno, arrojando una conclusión, siendo esta, la más esperada por los asistentes.

Por último, para los productores del evento era de gran importancia tomar en cuenta la opinión de los ponentes, los cuales expresaron:

- “¡Gracias a ustedes! ¡Fue una bella experiencia! Lo disfruté mucho y me quedo con la grata sensación de un país que está en buenas manos; en las manos de gente buena que quiere hacer el bien. Los admiro mucho y agradezco la invitación. Quedo a la orden para ustedes” Albe Pérez (Ponente) (Ver anexo 14.1).
- “Muy buen evento. Fue un placer acompañarlos. Encantado de haber formado parte. Cariños” - José Tomás Angola (ponente) (Ver anexo 14.2).
- “Muy agradecido por la invitación. Extraordinaria experiencia” - Julio César Pineda (ponente) (ver anexo 14.3).
- “Gracias. Que les siga saliendo todo bien” - Víctor Amaya (ponente) (Ver anexo 14.4).

8. CONCLUSIONES

Para los productores de este Proyecto Final de Carrera fue un reto, que se pudo cumplir satisfactoriamente el poder realizar un evento que pudo ser auto gestionable por medio de patrocinios y alianzas comerciales. Se logró poder adaptar la difícil situación que se vive hoy en día y poder transformar las desventajas en ventajas, un ejemplo claro, fue no fijar un precio monetario a la entrada del evento sino con alimentos no perecederos, de esta manera se evitaba así el aumento de precio de entradas. Además, los gastos generales pudieron cubrirse mediante el beneficio de patrocinios.

La producción y realización de este evento fue 100% exitosa. Se llevó a cabo respetando los tiempos, sin pérdidas por parte de la producción, a su vez, se pudo desarrollar el tema principal con gran facilidad por los ponentes previamente elegidos y se pudo cumplir con los objetivos específicos planteados en el transcurso del desarrollo de este proyecto, donde se encontró el debate de la importancia de la educación universitaria en Venezuela desde la perspectiva política, social y cultural, el cuál permitió contar con la asistencia de jóvenes y adultos de edades comprendidas entre 18 a 26 años y asimismo con la participación de ponentes especialistas en las áreas mencionadas.

Uno de los logros más importantes del evento para los productores, fueron las alianzas comerciales con empresas como Comercializadora Freyra el cual permitió recibir a todos los participantes de este evento con detalles al momento de su llegada. Asimismo, como la presencia de grandes profesionales que ocuparon el rol de ponentes y moderador dentro de la primera edición de Ágora P247.

Ágora P247 no se hubiera podido llevar a cabo si no fuera por la ayuda de los patrocinantes, los mismos brindaron su apoyo facilitando la realización del evento y permitiendo que no hubiese gastos o pérdidas por parte de la producción.

9. RECOMENDACIONES

Como productores y organizadores de ÁgoraP247 se especificarán diferentes recomendaciones para los estudiantes de Comunicación Social que quieran usar como referencia dicho Proyecto Final de Carrera.

Para realizar un evento, lo más importante es ejecutar una tabla de costos y servicios que se necesitarán, el cual permitirá contactarlo con anterioridad para conocer los precios y estipular cual será el proveedor con quien se trabajará.

Es fundamental, la búsqueda de patrocinantes que se comprometan con el proyecto y más que una ayuda entienda el objetivo del mismo y hacia dónde se dirige, el mismo permitirá que la relación entre patrocinante y productor pueda haber mayor confianza. Igualmente, con los ponentes y personas a participar, más que ayuda, personas que se comprometan con la causa u objetivos del proyecto.

En cuanto a las condiciones de inestabilidad económica que presenta la moneda local, es necesario establecer una tabla de precios en dólares, con una estructura de costos que pueda ser revisada cada 2 semanas, para entender el cambio o vario del precio si el evento es estipulado hacerlo lo más lejano posible al inicio de clases.

Es primordial conocer uno o más lugares donde se pueda realizar el Proyecto Final de Carrera, investigar los costos y condiciones de alquiler. Visitar la mayor cantidad de lugares posibles para conocer los espacios y poder estructurar una idea de cómo se desarrollaría el evento y donde se tendrían menos gastos o conociendo donde se puede adecuar la producción a lo que se necesita.

Contactar la mayor cantidad posible de patrocinantes y emprendedores que quieran participar y apostar de alguna manera en el proyecto, no hay emprendimiento muy pequeño ni empresa suficientemente grande, todas son importantes y pueden ayudar al desarrollo del mismo.

Contar con las colaboraciones de amigos-compañeros o familiares que se dediquen al área de comunicaciones o áreas diferentes que sean necesarias para aportar en la producción del mismo y así, poder conocer que se cuenta con personas capacitadas y con habilidades que corresponden a cada área que desempeñan.

Acordar negociaciones escritas con cualquier proveedor, dejando así un aval, de cualquier servicio que se haya establecido entre las partes y que se pueda cumplir de la mejor manera durante la producción del evento.

Buscar una temática que siempre incite a conocer lo mejor de las personas que asistirán, pensar en cuál mensaje se puede sembrar, dejando un legado no solo en la universidad, sino también a los asistentes.

Trabajar con compañeros que puedan ir a la par, ser un equipo, con disposición, buena comunicación y responsabilidad, teniendo en cuenta siempre el manejo del tiempo y conocer los tiempos de los miembros del equipo.

Hablar, el mejor resultado en la producción de un evento siempre estará reflejada en el hablar, preguntar y consultar a profesores, conocidos, familiares o amigos a que te permitan conocer más contactos que al final permitirán el desarrollo eficaz y completo del proyecto.

Es recomendable anticiparse ante los posibles imprevistos, preguntándose cuál podría ser un inconveniente el día del evento y trabajar función a ello. Prevenir es uno de los trabajos fundamentales del productor.

Disponibilidad de tiempo y mismo compromiso con el evento, de esta manera se puede entender un mejor manejo del tiempo del grupo, dividiéndose tareas, designando áreas y respetar el trabajo de cada persona.

A la casa de estudios, se le recomienda impulsar las materias como Producción de Eventos, además de poseer una estructura fija para la redacción del Proyecto Final de Carrera incluyendo

marco teórico, al igual que la realización de cursos o talleres para conocer la estructuración de textos basados en las normas APA.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Angola, J. (2020). *Ágora* P247 Tertulia educativa. Ponencia presentada en el evento educativo *Ágora* P247 sobre el valor actual de la educación universitaria en Venezuela, entendiendo el valor actual que posee y la necesidad de los estudiantes de una educación universitaria. La T de Chuao, Caracas.
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas Para Los Refugiados. (2020). [Página web en línea]. Disponible en: <https://r4v.info/es/situations/platform>
- Centro cultural Chacao. (2019). El futuro promete. [Página web en línea]. Disponible en: <http://www.instagram.com/p/B524mRGI3Tn/?igshid=1gult3k3gI5ht>
- Composicionytiposdestand. (2019). Stand. [Página web en línea]. Disponible en: <http://composicionytiposdestand.blogspot.com/2009/03/composicion-y-tipos-del-stand.html>
- Definiciones, *Ágora* (2020) [Página web en línea]. Disponible en: <https://desygner.com/es/blog/que-es-un-flyer-publicitario/>
- Definiciones, *Ágora* (2020) [Página web en línea]. Disponible en: <https://definicion.de/agora/>
- Definiciones, Staff (2020) [Página web en línea]. Disponible en: <https://definicion.de/staff/>
- DefiniciónABC, Coffee Break (2007). [Página web en línea]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/general/coffee-break.php>
- Dewey, J. (1899). *Escuela y sociedad. Trabajos medios de John Dewey* (1ª ed.). Illinois, Chicago, USA: Southtern.
- Dewey, J (1903). *Democracia y educación. Trabajos medios de John Dewey* (3er ed.). Illinois, Chicago, USA: Southtern.
- Dewey, J. (1915). *Democracia y educación* [Libro en línea]. Consultado el 15 de febrero de 2020 en:
<https://books.google.co.ve/books?id=s8KsHz4q7ZIC&pg=PA56&dq=La+educaci%C3%B3n+no+es+preparaci%C3%B3n+para+la+vida,+la+educaci%C3%B3n+es+la+vida+en+s%C3%AD+misma%E2%80%9D.+pagina&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjLhPPP0-rnAhXKJt8KHQc3B0AQ6AEILTAB#v=onepage&q=La%20educaci%C3%B3n%20no%20es%20preparaci%C3%B3n%20para%20la%20vida%2C%20la%20educaci%C3%B3n%20es%20la%20vida%20en%20s%C3%AD%20misma%E2%80%9D.%20pagina&f=false>

- Ecured, calcomanías (sf), [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Calcoman%C3%ADa>
- Eventos empresariales, Eventos (2009) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://eventosempresariales.foroes.org/t43-concepto-de-eventos>
- Entrepreneur, análisis FODA (SF) [Pagina web en línea]. Disponible en: [https://www.entrepreneur.com/article/263492#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20FODA%20\(test%20para,dise%C3%B1ar%20estrategias%20competitivas%20para%20alcanzarlos](https://www.entrepreneur.com/article/263492#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20FODA%20(test%20para,dise%C3%B1ar%20estrategias%20competitivas%20para%20alcanzarlos)
- InEventos, Catering (SF) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.ineventos.com/blog/que-es-un-catering.aspx>
- Icemd, RRSS (2017). [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.icemd.com/digital-knowledge/articulos/rrss/#:~:text=RRSS%20es%20el%20acr%C3%B3nimo%20de,qu%C3%A9%20es%20una%20red%20social.&text=Lo%20que%20tenemos%20desde%20principios,%E2%80%9Cmarketing%20directo%20con%20esteroides%E2%80%9D>
- Impresiones UIO, Backing (SF) [Pagina web en línea]. Disponible en: <http://impresionesuio.com/backing/>
- Ley Orgánica de la Educación, (Depósito legal: lf87120093403118 agosto, 2009). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, No 5.929, (Extraordinaria) 15- 05 – 2009.
- Linkedin (2017) Google form.. [Página web en línea]. Disponible en: <https://es.linkedin.com/learning/google-formularios-esencial-2018/que-es-google-forms>
- Manifestarte. (2017). Manifest[arte]. [Página web en línea]. Disponible en: <http://www.instagram.com/manifestarteccs?;gshid=1b1s391h0vlhv>
- Metodomarketing. (SF) Slogan [Página web en línea]. Disponible en: <https://metodomarketing.com/slogan/>
- Microsoft, (sf). Power Point. [Página web en línea]. Disponible en: <https://products.office.com/es-mx/what-is-powerpoint>
- Molina A., Amante, I., y Guarnido, A. *El gasto público en los países de la OCDE condicionantes económicos e institucionales* [Libro en línea]. Consultado el 22 de febrero de 2020 en: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/des/carga/articulo/5584420.pdf&ved=2ahUKEwjP1dze2urnAhVjhuAKHf0SAcwQFjAAegQIBRAB&usq=AOvVaw0ftDoGeNud1OnpjekiHW72>

- MKTMarketing, copy (2018). [Página web en línea]. Disponible en: <https://mktmarketingdigital.com/consejos-de-oro-para-hacer-un-copy-creativo-para-redes-sociales/>
- Neuronas por la paz. (2016). Neuronas por la paz. [Página web en línea]. Disponible en: www.neuronasporlapaz.com/
- Niebles, E. (2005). La educación como agente de cambio social en John Dewey. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España Y Portugal*, [Revista en línea] 25 (33), 1-10. Consultado el 24 de febrero de 2020 en: https://www.academia.edu/10586545/Redalyc.La_educaci%C3%B3n_como_agente_del_cambio_social_en_John_Dewey?show_app_store_popup=true
- Pineda, J. (2020). ÁgoraP247 Tertulia educativa. Ponencia presentada en el evento educativo ÁgoraP247 sobre el valor actual de la educación universitaria en Venezuela, entendiendo el valor actual que posee y la necesidad de los estudiantes de una educación universitaria. La T de Chuao, Caracas.
- Porlapaz. (2018). Reconciliación, [Página web en línea]. Disponible en: <http://instagram.com/porlapaz.ve?igshid=acxx9s45yhy6>
- Porlapaz. (2018). Por amor al arte. [Página web en línea]. Disponible en: <http://instagram.com/porlapaz.ve?igshid=acxx9s45yhy6>
- RAE. (2020) [Pagina Web en línea]. Disponible en: <http://dle.rae.es/educaci%C3%B3n>.
- RAE. (2020) [Pagina Web en línea]. Disponible en: <http://dle.rae.es/tertulia>.
- Reasonwhy. (2020, Post [Pagina web en línea]. Disponible en: reasonwhy.es/diccionario/post
- Sensational Color (2019) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.sensationalcolor.com/color-meaning-psychology-symbolism/>
- Significados, Tertulia. (2019) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.significados.com/tertulia/>
- Significados, Educación. (2019) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.significados.com/educacion/>
- Significados, Educación. (2019) [Pagina web en línea]. Disponible en: <https://www.significados.com/feedback/>

- Totemguard, Gifs (2016). [Página web en línea]. Disponible en: <https://www.totemguard.com/aulatotem/2016/06/gifs-animados-que-son-como-usarlos-encontrarlos-aplicaciones-crear-archivos/>
- Sucre, A. (2019). Educación en Venezuela, la gran estafa. [Revista en línea], 1(1). Consultado el 24 de febrero de 2020 en: <http://elestimulo.com/climax/educación-en-venezuela-sin-herramientas-para-el-futuro/>
- Queespuff, (2012). [Página web en línea]. Disponible en: <http://materiadepuff.blogspot.com/>
- Universidad de Centroccidental Lisandro Alvarado. (2019) Venezuela 2020: Las universidades, una visión para el país que viene. [Página web en línea]. Disponible en: <http://www2.ucla.edu.ve/blog/prensa/2019/11/13/venezuela-2020-las-universidades-una-vision-para-el-pais-que-viene/>
- Powertoyourseo (2018), Link [Página web en línea]. Disponible en: <https://powertoyourseo.com/blog/es/que-es-un-link/>
- Websa100 (2015) [Página web en línea]. Disponible en: <https://www.websa100.com/blog/psicologia-de-la-tipografia/>
- Webescuela, Stories de Instagram. [Página web en línea]. Disponible en: <https://webescuela.com/historias-instagram-stories/>

11. GLOSARIO

Backing: Es un bastidor de aluminio tipo araña que permite exhibir imágenes de gran formato en cualquier lugar, tiene como gran ventaja su fácil transporte, armado y elegante imagen.

Catering: Se denomina catering, al servicio que provee de comida y bebida a fiestas, eventos y presentaciones en general.

Coffee Break: Se utiliza para mencionar el tiempo de descanso en algunas actividades sociales (conferencias, reuniones de trabajo u otro tipo de eventos)

Copy: El copy es el conjunto de textos que componen una pieza creativa. Se trata de un elemento fundamental en la construcción de la identidad de una marca.

Feedback: El feedback puede ser la reacción, respuesta u opinión que nos da un interlocutor como retorno sobre un asunto determinado

Flyer: Un flyer publicitario o también conocido como folleto publicitario es uno de los clásicos del marketing y la publicidad.

Gifts: El término GIF (Graphics Interchange Format) es un tipo de formato de imagen que has visualizado sin duda en páginas web, correos electrónicos y sobre todo en las redes sociales y Whatsapp.

Google Form: Herramienta de creación de formularios de Google.

Link: Un link es un elemento conector entre dos recursos, documentos electrónicos o entre distintas partes del mismo. Puede conectar páginas web mediante URLs, documentos de Microsoft Office, haciendo posible la navegación.

Mixer: Un mixer o mesa de mezclas es un dispositivo que recibe varias señales de audio y las une y entrega por medio de una salida estéreo.

Post: En español se conoce como publicación. Son las notas o mensajes de texto que se publican en una web social (blog, Facebook, página web...) y que pueden ir acompañados por una imagen, un vídeo, o cualquier tipo de enlace web.

Power Point: PowerPoint es un programa de presentación con diapositivas que forma parte del conjunto de herramientas de Microsoft Office. Con PowerPoint, es fácil crear y presentar ideas, así como colaborar en ellas, de una forma visualmente atractiva y dinámica.

Puff: Un puff es un sillón mueble generalmente sin respaldo.

RRSS: RRSS es el acrónimo de Redes Sociales

Slogan: Es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece.

Staff: La idea de staff hace referencia a la plantilla o al personal que forma parte de una organización. El staff, por lo tanto, es el grupo de los trabajadores de una determinada entidad.

Stand: El stand es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone sus productos o servicios, es un espacio identificativo de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales.

Sticker: Del inglés to stick, que significa (pegar) no es más que un papel con una imagen al revés preparada con una sustancia pegajosa para que se pueda traspasar por contacto a una superficie lisa.

Stories: Son contenidos audiovisuales de esta plataforma que, a diferencia de las publicaciones normales, son volátiles, es decir, tienen una duración determinada y, tras ese período, desaparecen.

12. ANEXOS

Anexo 1

Modelo de carta de presentación para participantes

Caracas, 10 de enero de 2020

Estimado, Julio César Pineda

Nosotros Alba Jurado, y Luis Contreras, estudiantes de 5to Año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila,, para culminar nuestra carrera universitaria, estamos desarrollando nuestro Proyecto Final de Carrera, también conocido como tesis, el cuál consta de un evento para un aproximado de 50 personas a beneficio del comedor alimenticio "Un par por un sueño" (@unparporunsueno), a través de este evento, buscamos fomentar el valor de la educación y generar espacios de debate y reflexión, donde todos podamos entender la importancia de seguir estudiando en Venezuela, sobre todo en nuestras universidades.

Conociendo de su amplia experiencia en el ámbito internacional y diplomático, entendemos que la educación es parte fundamental para llegar allí, es por eso que su experiencia servirá de inspiración para nuestros asistentes, motivándolos a seguir luchando por la educación y las carreras universitarias.

Es para nosotros, un placer, invitarlo como ponente a esta tesis, que tiene como fecha estipulada desarrollarse el día 6 de febrero del presente año, desde las 6:00pm hasta las 7:20pm en la T de Chuao. Ágora P247 (@agorap247) es una tertulia, que estará conformada por una serie de 4 ponentes y un moderador y busca ser espacio de debate, donde los ponentes podrán hablar entre ellos acerca de su punto del porqué es fundamental seguir estudiando en nuestro país, desde el área profesional que cada quien desempeña.

Sería un placer contar con su participación y poder nutrir este encuentro con su punto de vista. De poder asistir por favor confirmar su participación lo antes posible. De igual manera, estaremos realizando un segundo contacto la semana próxima para conocer de su disponibilidad.

Sin más nada que agregar.

Alba Jurado / 0424-3073474 – agorap247@gmail.com

Luis Contreras / 0424-1803540 – agorap247@gmail.com

Anexo 1.2

Modelo de carta de agradecimiento para participantes

Estimado, Profesor Gabriel Gutiérrez

Su pasión por transferir tanto amor y conocimiento en las aulas de clases, no se puede describir, cada risa que sale de un alumno por su entusiasmo es un motivo para nosotros de seguirlo admirando y respetándolo como un docente íntegro y amante de la buena lectura, la educación y el ayudar al prójimo a través de la educación.

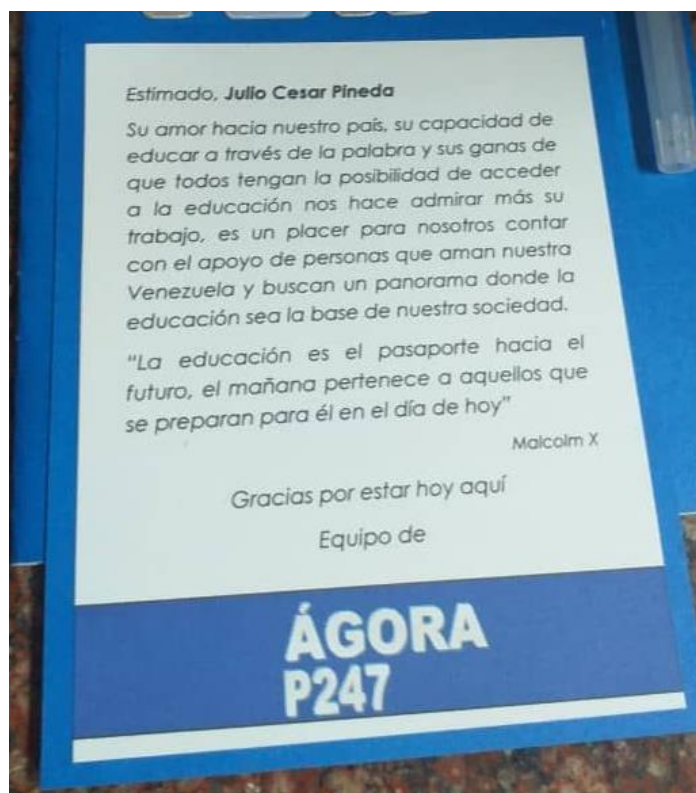
“Lo que se necesita para conseguir la felicidad, no es una vida cómoda, sino un corazón enamorado” San José María Escrivá

Gracias por estar hoy aquí

Equipo de Ágora P247

Anexo 1.3

Foto de carta de agradecimiento



Anexo 1.4

Compartir del público con los ponentes post-evento



Flyers de ponentes en Instagram acompañado por su Mini-Biografía



Anexo 2. Victor Amaya



Anexo 2.1 Albe Pérez-Perazzo



Anexo 2.2 José Tomás Angola



Anexo 2.3 Julio César Pineda



Anexo 2.4. Gabriel Gutiérrez

Anexo 3

Modelo de carta para patrocinantes

Caracas, 29 de noviembre de 2019

Señores, Pepsi-Cola Venezuela

Estimados:

Por medio de la presente, los suscritos le saludamos cordialmente esperando que su empresa se encuentre cumpliendo sus objetivos y metas que se han trazado este año. En este momento permítanos informarle, que quienes redactan la presente carta: Luis Contreras y Alba Jurado, estudiantes de 5to año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, hemos emprendido para nuestro Proyecto Final de Carrera (tesis) la organización de un evento, tipo tertulia llamado "Ágora P247" que consta de una discusión donde el tema central será el rescate del valor de la educación en nuestro país, con un panel de profesionales invitados que narren sus experiencias en el mundo laboral. El costo de la entrada a dicho evento será la colaboración de alimentos no perecederos por parte de los asistentes, que serán destinados en su totalidad, a la Fundación "Un par por un sueño" (@unparporunsueno), este evento busca ser un espacio para reconocer la importancia de la educación escolar y universitaria en la sociedad venezolana actual y tender una mano amiga a quienes lo necesitan.

Este proyecto, se realizará el día 06 de Febrero de 2020, en la ciudad de Caracas. Estamos solicitando su apoyo con los siguientes productos: 100 botellas de agua mediana y 30 latas de refresco Pepsi, ambos productos se utilizarán para la hidratación de los invitados, ponentes, staff y colaboradores.

Los beneficios en esta alianza serán la aparición del nombre de la compañía con logo en nuestras redes sociales, mención pública el día del evento y la aparición del logo de la empresa el mismo día.

Sin otro particular, y a la espera de su respuesta, agradecemos de antemano su atención por recibir la presente

Atentamente,

Alba Jurado
C.I 26.178.123
0424-3073474

Luis Contreras
C.I 25.839.942
0424-1803540

Anexo 4

“Candela Food” presente el día del evento

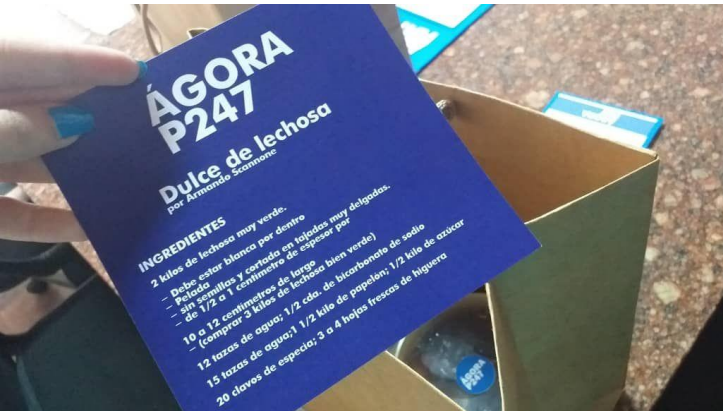


Anexo 4.1 “Comercializadora Freyra C.A” presente el día del evento



Anexo 5

Obsequios para ponentes y moderador



Anexo 5.1

Té de cascarilla de Cacao patrocinado por Comercializadora Freyra C.A y repartido al público



Anexo 5.2

Bombones rellenos de Sarrapia, entregados en cajita práctica



Anexo 6

Algunos miembros del Staff y productores



Anexo 7

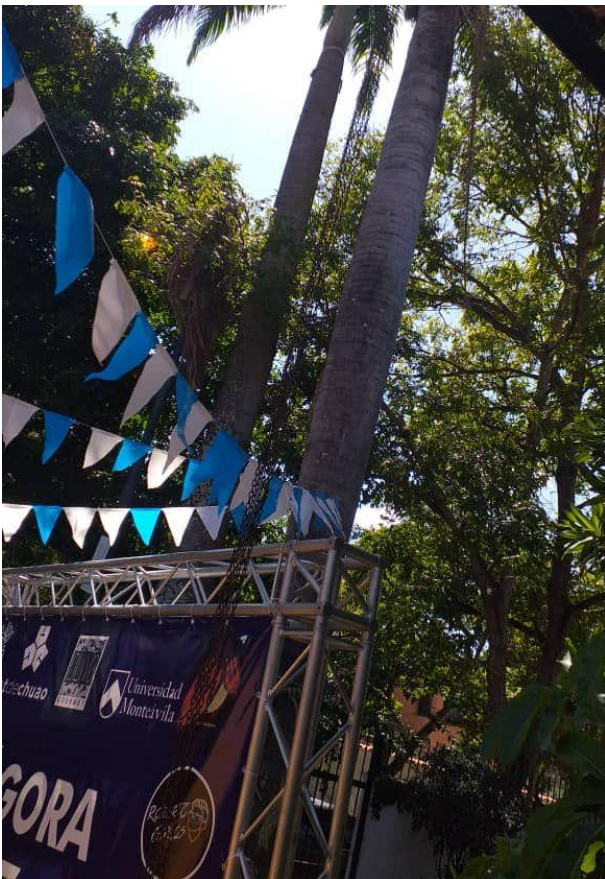
Ambientación



Anexo 7.1
Decoración – Escenografía



Anexo 7.2
Señalización de entrada el día del evento



Anexo 8

Entrada – Recolección de comida



Anexo 9. Identidad Gráfica

Logotipo

Logo definitivo



Logo en blanco y negro



Anexo 9.1
Logo compuesto

Background



Tipografía

Anexo 9.2
Tipografía del logotipo

ÁGORA
P247

Anexo 9.3
Tipografía

Futura Extra Black font.ttf

Futura XBlk BT

Futura Bold font.ttf

Futura BdCn BT

Futura Bold Italic font.ttf

Futura Md BT

Futura Book font.ttf

Futura Bk BT

Futura Book Italic font.ttf

Futura Bk BT

futura light bt.ttf

Futura Lt BT

Anexo 9.4
Concepto:



$$+ \text{Á} =$$

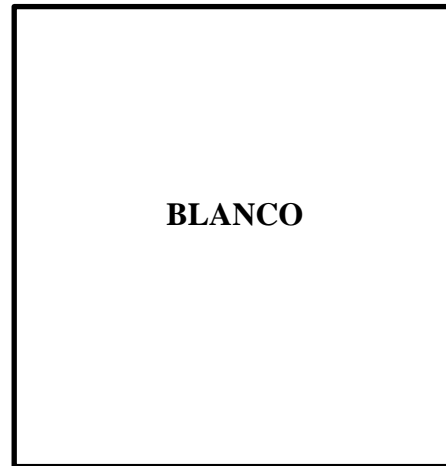
ÁGORA P247

Anexo 9.5
P247



Anexo 9.6

Colores

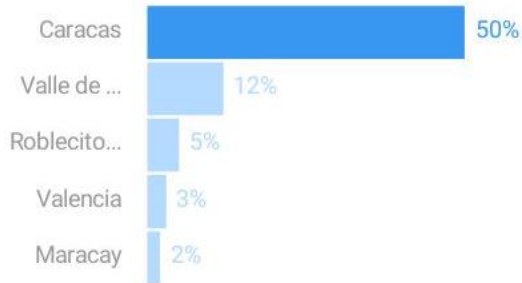


Anexo 10

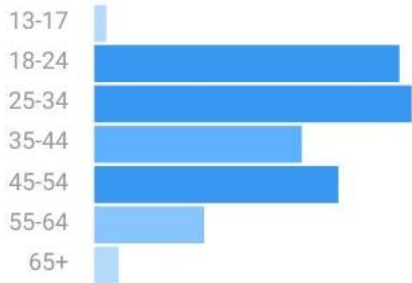
Estadísticas de Instagram, Comunicación y promoción



Lugares principales (i) Ciudades Países



Rango de edad (i) Todos Hombres Mujeres



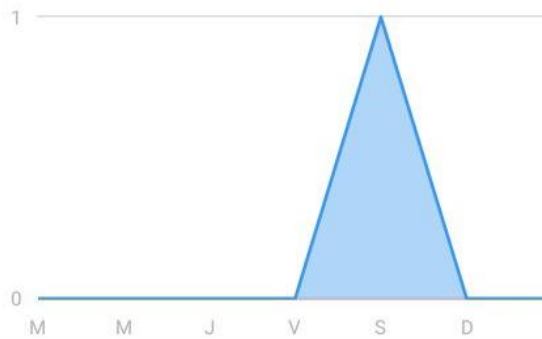
CONTENIDO ACTIVIDAD PÚBLICO

274 seguidores

+1 vs. feb. 26 - mar. 03

Crecimiento (i) [Ver publicaciones](#)

Total	1
Dejaron de seguirte	0
Empezaron a seguirte	1



Anexo 11
Feed de Instagram

agorap247 ☰



Ágora P247

49 Publicacio...

274 Seguidores

253 Seguidos

Ágora P247
Evento
Tertulia  

¡Rescatando el valor de la educación en 🇨🇴!
A beneficio de @unparporunsueno
06 de Febrero 

Editar perfil

Promociones

Correo

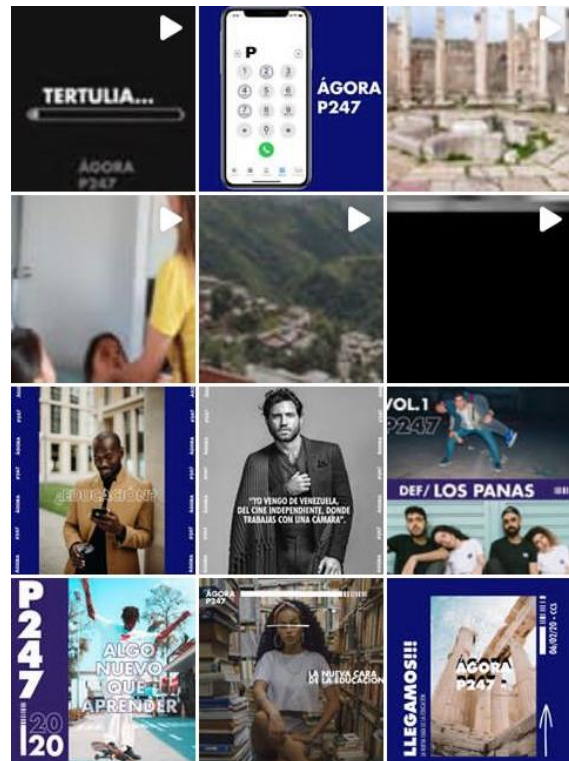

Nueva


Tera edición


preguntas


reserva


#Hecho!





Anexo 12
Miembros del Staff trabajando



Anexo 12.1
Recibimiento al público



Anexo 12.2

Desarrollo del evento



Anexo 13

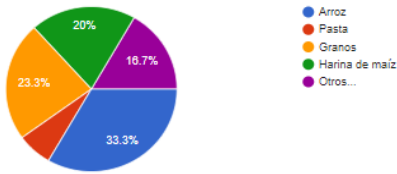
Google Form. Reservación de puestos

Preguntas Respuestas 30

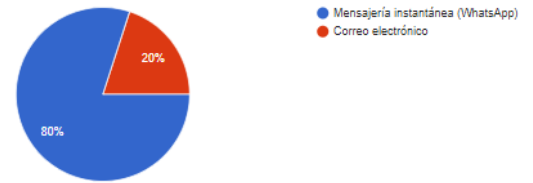
Nombre y apellido
30 respuestas

María Castillo
DIANA OTAIZA
Ernesto fernandez
Ana Miriam Fernández
Melissa Lengemann
Oriana Cova
RAFAEL ANDRADE
Oriuska Arraiz
Frances Rodil

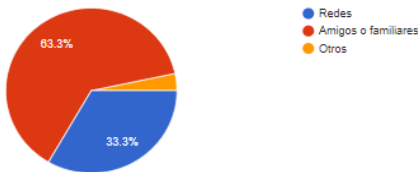
¿Con cuáles de los siguientes alimentos NO precederás cancelará su entrada?
30 respuestas



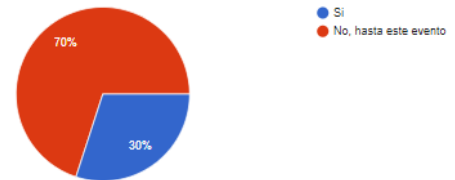
Desea recibir la entrada del evento, a través de
30 respuestas



¿Cómo te enteraste del evento?
30 respuestas

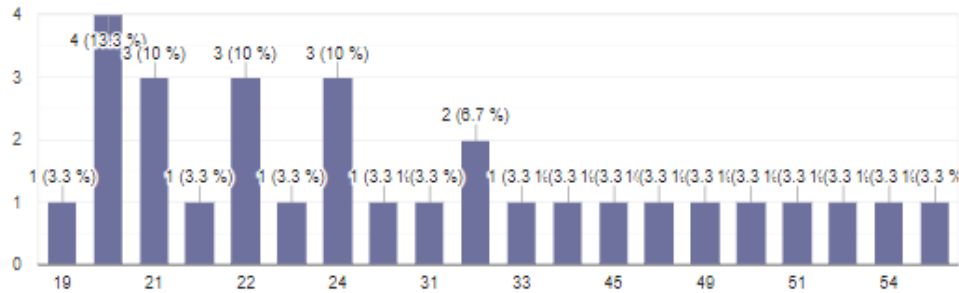


¿Conoce la ONG "Un par por un sueño"?
30 respuestas



Edad

30 respuestas



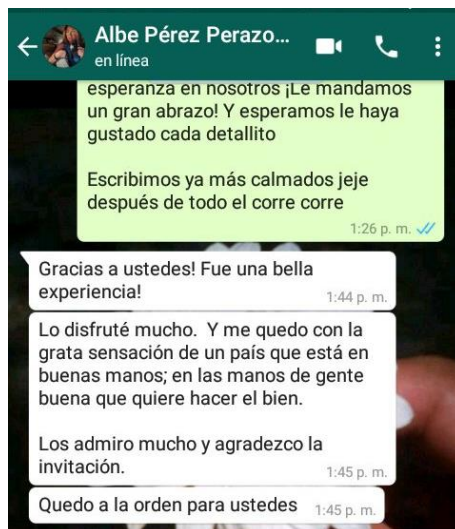
¿Qué esperas de este evento?
23 respuestas

- Aprender y enterarse de cosas nuevas
- Herramientas
- Aprender a cómo apoyar en una mejor educación para Venezuela, para todos nosotros, pero muy en especial para aquellos que más aún lo demandan; educando en el respeto, en los valores, en la responsabilidad, en la solidaridad, en fin, en la hermandad como venezolanos.
- Que sea todo un éxito para que mis súper alumnos saquen 20 en sus tesis! Los quiero!
- Promoción de la educación
- Una organización prolija y una magnífica tertulia que expanda mis horizontes cognitivos
- Una excelentes ponencias
- Pasar un rato agradable y generar un momento de reflexión positiva sobre el futuro de la educación en Venezuela

Anexo 14
Moderador del evento

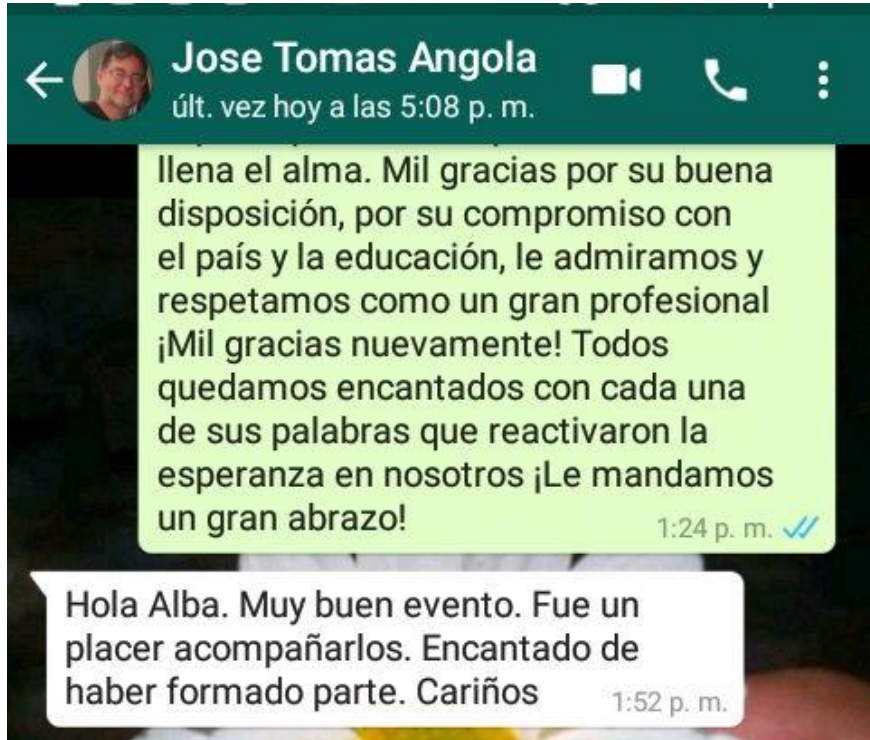


Anexo 14.1
Agradecimiento de Albe Pérez



Anexo 14.2

Agradecimientos de José Tomás Angola



Anexo 14.3

Agradecimientos de Julio César Pineda



Anexo 14.4

Agradecimientos de Víctor Amaya



Anexo 15

Productores del evento con ponentes y moderador

