

RIF: J 30647247-9



**Universidad
Monteávila**

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

**PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE
LA QUINTA EDICIÓN DEL FESTIVAL MUSICAL UNIVERSITARIO
“WARAIRA FEST”**

Proyecto Final de Carrera como requisito parcial para optar por el título de
Licenciado en Comunicación Social

Autores:
Molina Dávila, Mariamilagros
Plata Guarini, Elismar José

Profesor coordinador:
Delgado, Carmen

Caracas, 11 de marzo de 2015

A mi mamá, Tata y Abueli
el pilar de mi vida.

A mis tíos y primos
por siempre creer en mí.

Mariamilagros Molina

A mi mamá, papá, hermanos y cuñada, por alentarme a seguir adelante en mis estudios y confiar en mi capacidad de superación.

A mi abuela y mis tías por llenarme de amor en el transcurso de mi vida, y a mi sobrino por transmitirme el cariño más puro y honesto del mundo.

Elismar Plata

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a Dios por guiarme y acompañarme siempre.

A mis padres Magaly Guarini y José Plata por darme todo el amor que han podido ofrecer a lo largo de mi vida y apoyarme en cada paso que doy. Por ser mi soporte en los momentos más difíciles, por los valores que me inculcaron, por haberme brindado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, y lo más importante, por motivarme a seguir adelante.

A mis hermanos Javier Plata y Victor Plata, y mi cuñada Joselyn Boada, por ser parte importante de mi vida, por ser un apoyo fundamental en cada decisión que he tomado, y por llenarme de alegrías y amor cuando más lo he necesitado.

A mi abuela Sara Sanchez y mis tías Belen Plata y Emilia Plata, por ser tan especiales conmigo y por ser estar siempre presentes en mi vida llenándome de amor y bendiciones.

A mi sobrino Eliot Plata por llenarme de alegrías en todo momento y transmitirme su sonrisa con tan solo verlo.

A mi compañera de tesis y amiga incondicional Mariamilagros Molina, por estar presente en mi vida desde el primer día de clases, hasta el último. Por ser mi fuente de apoyo en cada paso que daba a lo largo de mi carrera y decisiones externas de mi vida, y por soportar cada discusión que ameritó el estrés ocasionado por la realización del proyecto de grado.

A mi tutora Carmen Delgado por aceptar ser parte de este proyecto y guiarnos a través de él.

A Vicente Corostola por ayudarnos y ser un apoyo en los pasos a seguir en cada etapa de la producción del evento.

A la Universidad Monteavila por ser una excelente casa de estudios llena de valores y solidaridad. Por asignarme a los mejores profesores que me han transmitido los conocimientos superiores en cada área que se amerita para optar por mi título universitario.

A mis amigos Alex, Anavi, Emely, Gaby López, Gaby Gómez, José Carlos, José Ignacio, Anali, Mariana y Stefany por aceptarme y motivarme a seguir adelante en la Universidad, cuando a mitad de carrera tuve que incorporarme en otra sección por diversos motivos.

Elismar Plata

Quiero expresar mi gratitud en primer lugar a mi mamá, Nelly Molina, mi modelo a seguir, por ser mi apoyo incondicional durante cada etapa de mi vida. Gracias por creer en mí a lo largo de estos 5 años y por enseñarme a luchar incansablemente por mis sueños. Ser tu mayor orgullo siempre será mi principal meta.

A mi Tata, mi Abueli, mis tíos y primos, por no dudar ni un segundo en mi capacidad de superación y por impulsarme siempre a dar lo mejor.

A la Sra. Mendoza, todo esto fue posible gracias a usted.

A Elismar Plata, mi compañera de tesis y gran amiga, por brindarme su apoyo y amistad incondicionales desde el primer día de clases. ¡Lo Logramos!

A Carmen Delgado y a Marianna Moreno, por acompañarnos y guiarnos durante esta travesía.

A Jean Paul y Deborah, por unírse nos durante la primera mitad de este proyecto y creer en nuestra capacidad para culminarlo.

A Vicente Corostola y Orlando Peña, por todos los conocimientos brindados.

A Meme y Ernesto, simplemente, por tanto.

Mariamilagros Molina

ÍNDICE

DEDICATORIAS.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	IV
1. RESUMEN.....	1
2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	2
2.1 TEMÁTICA.....	2
2.2 MODALIDAD.....	2
2.3 INTRODUCCIÓN.....	2
2.4 JUSTIFICACIÓN.....	3
2.5 MOTIVACIÓN.....	3
2.6 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3. ESTRATEGIA.....	4
4. PROPUESTA.....	5
4.1 PRE-EVENTO.....	7
4.1.1 PÚBLICO META.....	7
4.1.2 FECHA, DÍA Y LUGAR DEL EVENTO.....	8
4.1.3 ORGANIZACIÓN DE COMITÉS DE TRABAJO.....	9
A) COMITÉ DE ORGANIZACIÓN.....	9
B) COMITÉ DE PROVEEDORES.....	9
C) COMITÉ DE FINANZAS.....	10
D) COMITÉ DE PERMISOLOGÍA.....	10
E) COMITÉ DE PATROCINIO.....	11
F) COMITÉ DE PARTICIPANTES.....	11
G) COMITÉ DE COMUNICACIÓN, PRENSA Y REDES SOCIALES.....	11
H) COMITÉ TÉCNICO Y BACKSTAGE.....	12
I) COMITÉ DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO.....	12
J) BASE DE DATOS DE COMITÉS.....	12
4.1.4 PARTICIPANTES.....	13
4.1.4.1 CARTA DE PRESENTACIÓN PARA	

PARTICIPANTES.....	13
4.1.4.2 CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PARTICIPANTES.....	13
4.1.4.3 BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES.....	13
4.1.4.4 CURRÍCULOS DE PARTICIPANTES.....	14
4.1.4.5 EXPLICACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DE CADA PARTICIPACIÓN DEL EVENTO.....	14
4.1.5 PATROCINIOS Y PROVEEDORES.....	15
4.1.5.1 PATROCINIOS.....	15
4.1.5.1.1 CARTA DE PRESENTACIÓN.....	16
4.1.5.1.2 MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PATROCINANTES.....	17
4.1.5.1.3 BASE DE DATOS DE POSIBLES PATROCINANTES.....	17
4.1.5.1.4 PATROCINANTES Y REALISMO INELUDIBLE.....	17
4.1.5.2 PROVEEDORES.....	18
4.1.5.2.1 BASE DE DATOS DE PROVEEDORES.....	18
4.1.6 LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN.....	18
4.1.6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	18
4.1.6.2 ENTRADAS.....	19
4.1.6.3 BRAZALETES.....	19
4.1.6.4 REFRIGERIO.....	19
4.1.6.5 CONCESIONES DE COMIDA.....	20
4.1.6.6 HIDRATACIÓN.....	20
4.1.6.7 HIELO.....	20
4.1.6.8 BAÑOS.....	21
4.1.6.9 AMBULANCIA.....	21
4.1.6.10 SEGURIDAD.....	21
4.1.6.11 CAMERINOS.....	22
4.1.6.12 PROTOCOLO.....	23
4.1.6.13 VENTA DE TICKETS DE CONSUMO.....	24
4.1.6.14 TARIMA, SONIDO Y ESTRUCTURAS.....	24
4.1.6.15 ESTACIONAMIENTOS.....	25

4.1.6.16 ZONA DE PRENSA.....	25
4.1.6.17 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO.....	25
4.1.6.18 MONTAJE Y DESMONTAJE.....	26
4.1.6.19 PRUEBAS DE SONIDO.....	26
4.1.6.20 MATERIALES DE PRODUCCIÓN.....	26
4.1.7 PROGRAMA DEL EVENTO.....	27
4.1.8 IDENTIDAD GRÁFICA.....	27
4.1.9 PRESUPUESTO.....	28
4.1.10 COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.....	29
4.1.10.1 PLAN DE MEDIOS Y ESTRATEGIA PROMOCIONAL.....	30
4.1.10.2 MEDIOS ALTERNATIVOS.....	31
4.1.10.3 LISTADO DE MEDIOS.....	31
5. PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO EN TIEMPOS DE CRISIS.....	31
6. CONCLUSIONES.....	34
7. RECOMENDACIONES.....	35
8. REFERENCIAS.....	36
9. ANEXOS.....	37
ANEXO A	
CRONOGRAMA DETALLADO DE ACTIVIDADES Y REUNIONES PREVIAS A LA REASIGNACIÓN DE FECHA.....	
	37
ANEXO B	
COMITÉ DE ORGANIZACIÓN.....	39
ANEXO C	
PLANILLA DE SOLICITUD PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS.....	40
ANEXO D	
MODELO DE CARTA DIRIGIDA AL ALCALDE.....	41
ANEXO E	
CARTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE RENTAS DE LA ALCALDIA Y LOS BOMBEROS DEL MUNICIPIO.....	42
ANEXO F	
BASE DE DATOS DE COMITÉS.....	44
ANEXO G	
CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PARTICIPANTES.....	45

ANEXO H	
MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO A PARTICIPANTES.....	48
ANEXO I	
LISTADO PARTICIPANTES.....	50
ANEXO J	
CURRÍCULOS DE PARTICIPANTES.....	51
ANEXO K	
CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PATROCINANTES.....	59
ANEXO L	
MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PATROCINANTES.....	63
ANEXO M	
BASE DE DATOS POSIBLES PATROCINANTES.....	64
ANEXO N	
BASE DE DATOS PROVEEDORES PRIMERA FECHA.....	65
ANEXO O	
BASE DE DATOS PROVEEDORES REASIGNADOS.....	66
ANEXO P	
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES FECHA NUEVA.....	67
ANEXO Q	
CAMERINOS.....	69
ANEXO R	
LISTADO PROTOCOLO.....	70
ANEXO S	
MODELOS DE TICKETS DE CONSUMO.....	71
ANEXO T	
RIDER TÉCNICO WARAIRA FEST.....	72
ANEXO U	
MODELO CARTA MODELO ESTACIONAMIENTOS.....	74
ANEXO V	
DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO.....	75
ANEXO W	
CRONOGRAMA DE MONTAJE Y DESMONTAJE.....	76
ANEXO X	

CRONOGRAMA PRUEBAS DE SONIDO.....	77
ANEXO Y	
PROGRAMA DEL EVENTO.....	78
ANEXO Z	
LOGOTIPO DEL WARAIRA FEST 2016.....	79
ANEXO AA	
AFICHE DE RECLUTAMIENTO DE PROTOCOLO Y COMITÉ DE ORGANIZACIÓN.....	80
ANEXO AB	
AFICHE TEASER.....	81
ANEXO AC	
AFICHE PROMOCIONAL.....	82
ANEXO AD	
INFOGRAFÍAS.....	83
ANEXO AE	
ENTRADA.....	86
ANEXO AF	
IMÁGENES DE AGRUPACIONES PARA REDES SOCIALES.....	87
ANEXO AG	
PRESUPUESTO.....	89
ANEXO AH	
LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	91

1. RESUMEN

El Waraira Fest es un evento cultural creado por iniciativa de estudiantes de la Universidad Monteávila cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario.

Desde el año 2009, el festival ha tenido el privilegio de ser una plataforma para diversas agrupaciones reconocidas en el ámbito musical como Viniloversus, Rawayana, Famasloop, Los Mesoneros o Tomates Fritos.

Inicialmente, el Waraira Fest fue creado como una actividad del Departamento de Cultura para el alumnado de la Universidad. Pero con el paso de los años fue ganándose el cariño de la audiencia hasta llegar a ser reconocido como uno de los eventos más importantes del circuito de festivales universitarios y de la movida cultural caraqueña.

Después de dos años de ausencia y siendo este año el último de nuestra formación académica hemos decidido llevar a cabo la tarea de realizar la Quinta Edición del WARAIRA FEST como nuestro Proyecto Final de Carrera para optar por el título de Licenciadas en Comunicación Social.

Este año, la realización del festival tendría como propósito la recaudación de fondos para Manuel Orellana, un compañero de nuestra promoción que se encuentra actualmente luchando contra el cáncer. A sus 21 años fue diagnosticado con Linfoma No Hodgkin cuando le hallaron un tumor maligno que se alojaba entre sus pulmones. Manuel terminó su tratamiento de quimioterapia y radioterapia el año pasado, pero poco después de esto fue reingresado al hospital por dos nuevos tumores en su cerebro. Manuel necesita un trasplante de médula ósea, pero la complicada situación económica del país hace que el proceder sea cuesta arriba.

La Quinta Edición del Waraira Fest no solo busca servir de impulso al talento emergente y de esparcimiento a la comunidad estudiantil, también es para nosotras un compromiso que representará un aporte, tanto para nuestra casa de estudios como para la salud de Manuel Orellana.

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1 TEMÁTICA

La temática de este proyecto consiste en diseñar, planificar, organizar y producir un evento de tipo musical, en este caso, la Quinta edición del Waraira Fest, con el propósito de ofrecer un espacio de esparcimiento no solo para la comunidad universitaria, sino a aquellos que están por iniciar sus estudios de pregrado, para que conozcan de cerca la Universidad Monteávila y la tomen en cuenta a la hora de elegir la casa de estudios donde se formarán como profesionales.

2.2 MODALIDAD

Este proyecto entra en la modalidad de producción de eventos, específicamente, eventos culturales de carácter musical.

2.3 INTRODUCCIÓN

Durante los últimos tres años, la difícil situación socio-económica del país ha acortado cada vez más las posibilidades de realizar eventos culturales de cualquier tipo. La inseguridad, la inflación y la escasez son solo tres de los principales factores que han hecho que la producción y ejecución de este tipo de iniciativas se vea reducida.

Dado este contexto, nos propusimos recuperar estos espacios de esparcimiento cultural, específicamente uno de los festivales de mayor renombre en la comunidad universitaria: el Waraira Fest, que tras 3 años de ausencia solo ha logrado crear expectativas entre el público que se encuentra a la espera de una nueva edición.

La Planificación, organización y producción de la Quinta Edición del Waraira Fest representa una excelente oportunidad para llevar a la práctica los conocimientos adquiridos durante estos cinco años de formación como Licenciadas en Comunicación Social.

Este Proyecto Final de Carrera pretende abarcar de manera específica y detallada cada una de las etapas que implican la producción y organización de

un festival musical de gran envergadura, sin pasar por alto las complicaciones que pueden surgir en el proceso, pero procurando incentivar la creación y continuación de iniciativas de este tipo.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La intención del Waraira Fest es funcionar como plataforma para aquellas agrupaciones que quieran dar a conocer sus proyectos musicales y ganar cierta popularidad, así como promocionar la Universidad Monteávila entre jóvenes que se encuentren en la búsqueda de un lugar donde cursar sus estudios de pre-grado.

Tomando en cuenta la oportunidad que se presenta en este ámbito del mercado debido a la escasez de eventos del tipo y magnitud que posee el Waraira Fest, la realización del evento nos permitirá una transición adecuada de la actividad académica al mercado laboral; aprovechando la experiencia para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en la carrera que conciernen al área de: diseño (artes promocionales), marketing (promoción del evento), producción (montaje del evento) y publicidad (localización y acercamiento al target al que pretendemos hacer llegar el evento).

2.5 MOTIVACIÓN

El objetivo del festival es servir como alternativa para dar a conocer el talento emergente de proyectos musicales que han nacido por iniciativa de jóvenes estudiantes y egresados de la Universidad Monteávila, así como de agrupaciones externas a nuestra casa de estudios que desean dar a conocer su potencial al público usando como plataforma el escenario del Waraira Fest.

Una parte significativa de nuestra motivación para realizar el evento es ayudar a nuestro compañero Manuel Orellana, contribuyendo con el excedente de ingresos obtenidos a través de la venta de entradas y bebidas, a la búsqueda de fondos para su trasplante de médula ósea.

2.6 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con este proyecto final de carrera se busca realizar un evento social, que sirva de apoyo a la producción musical nacional y de esparcimiento a la

comunidad juvenil estudiantil. Se quiere ofrecer una alternativa para la recuperación de espacios de interacción social a través del entretenimiento, que se ha visto mermada debido a la situación de crisis política y económica que atraviesa el país en la actualidad. La realización de eventos musicales emblemáticos en la ciudad ha ido reduciendo en número y frecuencia y es por esto que queremos rescatar el desarrollo de eventos que ayuden a unificar y consolidar los lazos entre jóvenes a través de la música sin importar las preferencias políticas, principal factor que ha desunido a la sociedad venezolana actualmente.

3. ESTRATEGIA

En primer lugar, una vez pautada en conjunto con la Universidad la fecha para el evento, el primer paso será llevar a cabo una reunión con las personas encargadas de la reserva de las instalaciones de la universidad para la realización del concierto. Seguidamente, contactaremos a proveedores de tarima, sonido, iluminación, backline, seguridad, baños portátiles, comida e hidratación. Luego de haber cotizado todo esto, se hará una selección de agrupaciones para definir el cartel del festival.

Una vez adquirida toda esta información y un estimado del total a pagar por todos los servicios y bandas a contratar, presentaremos el proyecto a nuestros posibles patrocinantes, junto con la fecha del evento, el público estimado, la locación y la duración, negociaremos con ellos el pago de los servicios a contratar ofreciéndoles a cambio presencia de sus marcas en el evento, bien sea dándoles exclusividad de venta a su producto o por medio de ambientación publicitaria.

.Se promocionará el evento mediante una campaña de intriga con un afiche teaser un mes antes de la fecha pautada para la realización del festival. Una semana después serán publicados los detalles del evento con un afiche promocional. Las entradas podrán ser adquiridas en preventa a un precio más económico o en puerta el día del evento.

4. PROPUESTA

Originalmente, la iniciativa de planificar, organizar y producir la Quinta Edición del Waraira Fest como Proyecto Final de Carrera fue tomada en el mes de septiembre de 2015 por cuatro estudiantes de quinto año de Comunicación Social: nosotras junto a dos compañeros más. En una primera reunión que tuvimos con la profesora encargada de los Proyectos Finales de Carrera para ese entonces, fue pauta la fecha para el evento el día viernes 27 de noviembre de 2015.

Comenzamos el proceso de producción del Waraira Fest dividiendo el trabajo equitativamente entre los cuatro integrantes, conformando así cuatro comités: el comité de finanzas, el comité de participantes, el comité de patrocinios y el comité de permisologías. Cada alumno se encargaría de un comité, para lo cual se crearon cuatro cuentas de correo electrónico con el fin de facilitar el trabajo y seguimiento de cada uno en sus respectivas tareas.

Se llevaron a cabo reuniones con posibles proveedores de servicios necesarios para la producción del evento. Comenzamos con las empresas ProMontaje y Magnishow, fuimos hasta las oficinas de cada una para exponerles personalmente los datos del evento y nuestros requerimientos en materia de tarima, iluminación, sonido, backline, pantallas y baños, de manera que nos hicieran llegar cotizaciones que se adaptaran a nuestras necesidades. Seguidamente, se presupuestaron con BrazaVIP por vía correo electrónico los brazaletes que serían entregados al público general, menores de edad, prensa, técnicos y talentos, staff e invitados.

En un día se realizaron tres pre-giras con tres empresas de seguridad: HiProtection, VIPsecurity y ProX. Representantes de cada compañía visitaron las instalaciones de la Universidad para que nosotros les mostráramos la distribución de espacios del día del evento, para de esa manera presupuestar los requerimientos específicos y poder contratar al que tuviese un menor costo.

Los talentos fueron contactados con cierto tiempo de antelación para asegurar su disponibilidad en la fecha prevista para la realización del evento.

Se contactó a una serie de posibles patrocinantes vía correo electrónico, mediante el cual les hicimos llegar una carta que contiene una explicación de la historia y el propósito del Waraira Fest, seguido de tres propuestas que ofrecían tres distintos planes de presencia de las marcas en el evento, cada una con sus respectivos montos.

Se cotizó con un diseñador gráfico la elaboración de los artes promocionales del evento: un logo, un afiche teaser, un afiche promocional y la entrada. Los gastos de estos artes fueron cubiertos en su totalidad por nosotros.

Se llevó a cabo una reunión con el IFEDEC para la reserva de su estacionamiento durante el horario del evento y se consultó personalmente en la alcaldía todos los requerimientos y pasos a seguir en cuanto a permisos para la realización de eventos públicos.

Se cotizó la impresión de los artes promocionales y las entradas en varias imprentas para así poder elegir el lugar que implicara menores gastos.

Se contactaron franquicias de comida rápida para ofrecerles el alquiler de un stand el día del evento para la venta de sus productos, entre ellos Tequechongos, Pollo Pop, Juanchis Burger y la Montserratina. Esta última se mostró interesada en prestar patrocinio al festival.

Se llevó a cabo una reunión con la decano de la FCCI en la cual se planteó un cambio de fecha y/o de locación debido a que la Universidad Monteávila tenía la intención de solidarizarse con la situación que estaban atravesando para ese entonces las universidades públicas.

Tomando en cuenta esta última reunión y el hecho de que ya teníamos servicios y talentos confirmados, decidimos presupuestar otras locaciones que se adaptaran a la magnitud del Waraira Fest. Nos reunimos con las personas pertinentes en la sede de El Nacional para cotizar el alquiler de su estacionamiento, y en la Universidad Metropolitana por el estacionamiento que normalmente destinan a este tipo de eventos. El costo del alquiler de una locación, cosa que no teníamos prevista en el presupuesto originalmente, hizo que los costos del Waraira Fest se elevaran de manera exorbitante.

La condición para poder mover el evento de locación fue un cambio de nombre, así que para poder utilizar los artes que ya teníamos diseñados decidimos llamarlo “Ávila Fest” y se realizaría en el estacionamiento de la UNIMET.

Los patrocinantes, a causa del cambio de planes, comenzaron a declinar nuestra propuesta y por ende no sería posible realizar el evento para la fecha pautada.

Nos reunimos con la profesora encargada de los Proyectos Finales de Carrera para hacerle saber nuestra situación y se llegó a dos importantes conclusiones: en primer lugar, dos de los integrantes del grupo decidieron abandonar el proyecto para dedicarse a los suyos propios, y en segundo lugar, se reasignó una fecha para la ejecución del Waraira Fest: el viernes 4 de marzo de 2016. En el **Anexo A** se encuentra un cronograma detallado de actividades y reuniones.

A partir de allí se siguieron una serie de pasos para la correcta proyección y planificación del evento en la fecha nueva, además de darle una adecuada continuidad al trabajo que habíamos venido realizando para la primera fecha estipulada. Pasos que se explican a continuación.

4.1 PRE - EVENTO

4.1.1 PÚBLICO META

Para la quinta edición del Waraira Fest se tiene estipulada una asistencia de aproximadamente 2500 personas, distribuidas entre hombres y mujeres de los estratos sociales A, B y C, con edades comprendidas entre 18 y 25 años. Este evento es dirigido a estudiantes universitarios interesados en apoyar y promover la cultura y el talento emergente nacional dentro de la comunidad universitaria.

4.1.2 FECHA, DÍA Y LUGAR DEL EVENTO

Inicialmente, la realización del evento se había pautado para el viernes 27 de noviembre de 2015, pero en solidaridad a la situación que se hacía presente en referencia al paro que presentaban las Universidades públicas del país, la Universidad Monteávila no aprobó su realización para ese día. Además de esto, era una fecha cercana a las elecciones parlamentarias y con los antecedentes que tiene el país en momentos de tensión, se decidió prevenir y no realizar ningún evento para esos días, con la finalidad de resguardar la seguridad de los asistentes.

Se reasignó una fecha estipulada para el 4 de marzo de 2016. Se concretó el día viernes para facilitar la concurrencia de los espectadores, tomando en cuenta el hecho de no interferir en la asistencia a actividades académicas al día posterior al evento.

La fecha fue evaluada y definida considerando el calendario académico para no coincidir con actividades universitarias de mayor importancia, incluyendo parciales, o presentaciones de otros proyectos finales de carrera. Se buscó una fecha en donde las negociaciones de patrocinio pudiesen ser concretadas con un margen suficiente de antelación, en donde cada empresa tenga su presupuesto anual definido para que las actividades publicitarias no sean de mayor problema, y así obtener el tiempo necesario para la evaluación y aceptación de patrocinio del evento.

El evento se ejecutará bajo el nombre de la Universidad Monteávila, por lo tanto se realizará en las instalaciones de la misma, localizada en Caracas, al final de la Av. El Buen Pastor, Urbanización Boleíta Norte. Se reservaron diversos espacios para organizar el evento, utilizando como zona central el estacionamiento de profesores y alumnos de 5to año.

4.1.3 ORGANIZACIÓN DE COMITÉS DE TRABAJO

Inicialmente, se pensaron cuatro comités coordinados en su totalidad por cada integrante del proyecto: el comité de finanzas, el comité de participantes, el comité de patrocinios y el comité de permisologías.

Al ser reasignada la fecha y al reducirse el equipo conformado para la realización del proyecto, decidimos llevar a cabo la tarea de reclutar estudiantes de años inferiores para constituir un comité de organización, con la finalidad de contar con apoyo en cada paso a realizar para el efectivo cumplimiento de las tareas requeridas para la ejecución del Waraira Fest, y para que haya una continuidad en próximas ediciones del festival. A raíz de la creación de este comité y partiendo de los cuatro formados originalmente, surgen otros nuevos con el fin de lograr una mejor organización y abarcar todos los aspectos necesarios para una adecuada ejecución y un constante seguimiento de cada paso a abarcar en la producción del festival.

a) COMITÉ DE ORGANIZACIÓN

Este comité es esencial para el desarrollo, organización y funcionamiento de los demás comités, brindando la estructura principal a la planificación de la producción del festival. Fue creado con la finalidad de trascender y mantenerse en los próximos años por y para los alumnos de la Universidad Monteávila inclinados a seguir promoviendo la cultura y el talento emergente a través de este festival.

Se realizó un cartel para el reclutamiento de estudiantes interesados en formar parte de este comité, que tiene como objetivo principal, la logística, la organización y las asignaciones de tareas durante toda la producción del Waraira Fest, para lograr un mejor desenvolvimiento en cada área designada. Por nuestra parte, incluimos a 10 alumnos de cuarto año que se mostraron interesados y comprometidos con el proyecto. **Ver Anexo B**

b) COMITÉ DE PROVEEDORES

El coordinador de este comité es el encargado de buscar las empresas proveedoras que ofrezcan los servicios requeridos para el montaje y

producción del evento. Además, debe solicitar todas las cotizaciones y presupuestos tanto de servicios, como compra y alquileres de utensilios, para que una vez evaluado y aprobado por el Comité de Finanzas, se pueda proceder a hacer acuerdos y negociaciones para la reserva del servicio con suficiente antelación y así, el día del evento todo surja sin inconvenientes.

c) COMITÉ DE FINANZAS

Este comité es el encargado de elaborar el presupuesto total que se manejará durante la producción del Waraira Fest, para que una vez cerrado, se realicen los diferentes planes de patrocinio y puedan determinarse los costos de entradas.

Durante la producción del evento, este comité asumirá el manejo de los ingresos que se obtengan a través de patrocinios acordados, para después de obtener las ganancias suficientes, autorizar, programar y realizar el pago a los distintos proveedores.

El día del evento, tendrá como tarea llevar el manejo y conteo de los ingresos provenientes de la venta de las entradas y de los tickets de consumo, para que al finalizar el festival, entregue un informe detallado de las ganancias para ser evaluado y luego expuesto a la Universidad como resultados Post - evento.

d) COMITÉ DE PERMISOLOGÍA

Este comité es el encargado de solicitar y tramitar todos los permisos necesarios a través de la Alcaldía del Municipio Sucre para la realización de un evento público. Además, tendrá como tarea solicitar la exoneración de impuestos o en caso de ser denegada, cancelar los impuestos requeridos.

A continuación se presentan los requisitos necesarios para tramitar las permisologías del evento, a través de la Alcaldía del municipio Sucre:

- Planilla de solicitud para Espectáculos Públicos: Es una planilla que se descarga a través de la página web de la Alcaldía de Sucre, que contiene cada recaudo que debe consignarse y en donde se llenan los datos del solicitante y se explican las características del evento. **Ver Anexo C**

- Carta dirigida al alcalde del municipio: fue necesaria una solicitud dirigida al Alcalde que indicara brevemente los datos del evento, así como los motivos por los cuales se solicita la exoneración de impuestos, indicando a quién va a beneficiar el festival con sus ganancias. **Ver Anexo D**

- Permiso de bomberos que indique la capacidad de la locación: Se debe elaborar una carta que indique la capacidad máxima del lugar en donde se llevará a cabo el festival para determinar la seguridad de sus asistentes. **Ver Anexo E**

e) COMITÉ DE PATROCINIO

Este comité está encargado de redactar las propuestas para los distintos planes de patrocinios, con el fin de obtener una ganancia equitativa de parte y parte. El coordinador de este comité tiene como tarea principal evaluar qué marcas pueden participar en el evento tomando en consideración nuestro target, enviar las propuestas y hacer el debido seguimiento a cada marca con el fin de lograr una buena negociación en donde ambas partes se beneficien.

f) COMITÉ DE PARTICIPANTES

El coordinador de este comité tiene como responsabilidad el contacto con los talentos para solicitar la cotización de cada agrupación, así como también hacernos saber sus requerimientos tanto de tarima y sonido como de acondicionamiento del backstage.

El día del evento serán los encargados de mantener contacto con las bandas, asegurarse de que las condiciones requeridas por ellas sean cumplidas en su totalidad, así como ratificar que el talento cumpla con sus obligaciones, tanto en la tarima como en backstage, buscando siempre la manera de que cada talento tenga una experiencia satisfactoria bajo nuestro nombre.

g) COMITÉ DE COMUNICACIÓN, PRENSA Y REDES SOCIALES

El alcance y la publicidad necesarios para lograr la asistencia deseada el día del evento dependerán en su totalidad de la labor realizada por este comité. Sus tareas principales se centran en la elaboración de notas de prensa para ser enviadas a medios de comunicación masivos, y conseguir entrevistas en

donde se pueda explicar en un margen breve de tiempo lo que es el Waraira Fest para lograr una mayor difusión del evento. Deben manejar todas las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), realizando un plan estratégico de redes en donde se consigan suficientes seguidores adheridos a nuestro target. Se encargará de realizar un filtro de todos aquellos medios de comunicación que deseen cubrir el festival, para elaborar carnets de acreditación y designar un espacio para cada uno en el área de prensa el día del evento.

h) COMITÉ TÉCNICO Y BACKSTAGE

Este comité tiene como finalidad la supervisión del montaje de la tarima, teniendo como completa responsabilidad el cumplimiento del tiempo autorizado por la Universidad para la realización del montaje y desmontaje, garantizando el correcto funcionamiento de los equipos para evitar inconvenientes el día del festival.

El día del evento tiene como tarea principal el control y acceso de los talentos, debe llevar un control del orden de las bandas, de manera que se cumpla estrictamente el programa del evento en el tiempo estipulado.

i) COMITÉ DE LOGÍSTICA Y PROTOCOLO

El coordinador de este comité será el encargado del reclutamiento, pre-selección y asignación del protocolo requerido como apoyo en las diferentes áreas el día del evento. Debe estructurar las tareas que se van a asignar en los diversos espacios para mantener un mayor control y organización entre los colaboradores. Es parte de su trabajo mantener el orden y asegurarse de que cada miembro del protocolo este cumpliendo con sus funciones, y en caso de notar alguna irregularidad entre los miembros, encargarse de reasignarlo, o en el peor de los casos, expulsarlo del evento.

j) BASE DE DATOS DE COMITÉS

Se hizo una selección de los coordinadores y responsables de cada comité para su debido funcionamiento, a continuación se presenta una base de datos con la información de cada encargado. **Ver Anexo F**

4.1.4 PARTICIPANTES

El Waraira Fest contaría para la fecha de noviembre con las agrupaciones Famasloop, Gaélica, Recordatorio, B.I.D.A.I.A, La Última Thule, San Tomé y Los Mesoneros.

Debido al cambio de fecha el cartel del festival varió, puesto que varias de las agrupaciones no se encontrarían en el país para ese momento. Las agrupaciones que se encuentran confirmadas para presentarse el día 4 de marzo de 2016 son: B.I.D.A.I.A, San Tomé, Versed, Guacamayo Terca, Pakalolo, Recordatorio y Gaélica.

4.1.4.1 CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PARTICIPANTES

Una vez concretado el cartel de agrupaciones que se presentarán en el Festival, se le hará llegar a cada una, una carta de presentación con el fin de invitarlos formalmente a formar parte de la Quinta Edición del Waraira Fest. Con esta carta buscamos crear cierto nivel de emoción y expectativa por parte de los talentos y así inspirarlos a que ofrezcan un excelente espectáculo.

Este documento contiene, en primer lugar, un breve resumen de la historia y el propósito del festival, seguido de nuestra motivación principal para llevarlo a cabo: ayudar a un compañero en su lucha contra el cáncer. Por último, los detalles del evento y un sincero agradecimiento por mostrar interés en participar en el festival. La intención es transmitir el profesionalismo y la buena disposición que ha caracterizado al Waraira Fest desde su primera edición. **Ver Anexo G**

4.1.4.2 CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PARTICIPANTES

Al día siguiente del evento, se le hará llegar a cada banda participante una carta expresando agradecimiento por parte del comité de organización del Waraira Fest y nuestra conformidad con cada presentación brindada en el festival, esperando que ellos también hayan quedado satisfechos con los resultados del evento, quedando en buenos términos e invitándolos a contar con su presencia en futuras ediciones. **Ver Anexo H**

4.1.4.3 BASE DE DATOS DE PARTICIPANTES

Tomando en cuenta que el trato con cada agrupación se realizó de manera directa y personal con algunos de sus integrantes, nos solicitaron discreción respecto a sus datos de contacto. Sin embargo, en el **Anexo I** se encuentra una lista de las bandas contactadas para el festival.

4.1.4.4 CURRÍCULOS DE PARTICIPANTES

El cartel de participantes está conformado por 7 agrupaciones, nuevas y de renombre nacional e internacional, de diversos géneros musicales que darán vida a la quinta edición del Waraira Fest. **Ver Anexo J**

4.1.4.5 EXPLICACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DE CADA PARTICIPACIÓN DEL EVENTO

Para la selección de bandas que conformarían el cartel definitivo de esta edición del Waraira Fest, contactamos varias agrupaciones y tomamos en cuenta una serie de factores. Primero, el costo de cada una; nuestro principal objetivo era lograr la mejor alineación con el menor presupuesto posible. Segundo, el talento UMA; quisimos darle prioridad a proyectos musicales de estudiantes y egresados de la Universidad Monteávila, tanto a los que ya se encuentran establecidos en la movida cultural Venezolana como los que apenas están en su génesis. Tercero, el público; en la alineación final debe existir un equilibrio de bandas emergentes y de renombre, de manera que los asistentes se deleiten con presentaciones de sus bandas nacionales preferidas al tiempo que conocen nuevos talentos cuya música puedan igualmente llegar a disfrutar. Cuarto, variedad de géneros musicales; para no limitar el target del festival y lograr la mayor cantidad de asistencia y un público diverso. Todas estas variables fueron imprescindibles a la hora de elegir entre las posibles agrupaciones.

La agrupación Pakalolo es una propuesta bastante interesante de Pop/Reggae, se encuentran iniciando su trayectoria musical y su manager es estudiante de la Universidad Monteávila. En el caso de Guacamayo Terca, es un proyecto nuevo conformado en su totalidad por Umaístas, tanto egresados como estudiantes, que buscan dar a conocer su talento en el festival más grande de su casa de estudios. Versed es una agrupación que lleva más de un

año promocionando su primer trabajo discográfico y buscan llegar a más oídos a través del escenario del Waraira Fest. Por su parte, San Tomé quiere promover su tercer EP frente al público asistente. B.I.D.A.I.A trae una propuesta diferente con la cual buscan dar a conocer el math-rock como género musical nuevo y único. Recordatorio es el proyecto actual de los ex-integrantes de Americania, banda que se separó y a su vez estaba conformada por egresados de la Universidad Monteávila. Por último, Gaêlica es la agrupación escogida para el cierre del festival, con más de 10 años de trayectoria y cuatro producciones discográficas, representan una opción ideal para la conclusión del Waraira Fest.

4.1.5 PATROCINIOS Y PROVEEDORES

4.1.5.1 PATROCINIOS

Son la parte más importante del pre – evento debido a que sin patrocinio sería imposible llevar a ejecución el Waraira Fest. Para esta Quinta edición, las marcas patrocinantes se verán beneficiadas con la exposición de cada una de ellas, según el rango de plan de patrocinio que se haya acordado. Se manejarán tres tipos de patrocinios para el beneficio de ambas partes:

- Patrocinio financiero: en donde una empresa podrá patrocinar pagando una cantidad fija de dinero a cambio de los beneficios descritos en el acuerdo de patrocinio.
- Patrocinio en-especie o producto a concesión: Los patrocinadores en-especie donan bienes o servicios, en lugar de dinero en efectivo como su oferta de patrocinio.
- Patrocinio de medios: este tipo de patrocinio, financia o asegura la cobertura de los medios de comunicación para una organización, programa o evento.

4.1.5.1.1 CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PATROCINANTES

Esta carta será la presentación inicial para solicitar patrocinio a las distintas empresas. La carta contiene de manera breve y concisa la descripción

y los antecedentes del festival, detallando el lugar, fecha y hora en que se llevará a cabo el evento. Seguidamente se expone las alianzas estratégicas con los medios de comunicación, las bandas o talentos confirmados para su presentación, el total del presupuesto, los detalles del mismo, y la descripción de tres planes de patrocinio diferentes para que la empresa opte por la opción que vea más conveniente. Los planes de patrocinio se llevan a cabo con tres nombres distintos, diferenciados entre sí según los montos a aportar y los beneficios a obtenerse:

- Plan Pico Naiguatá, es el plan con mayor beneficios para ambas partes en donde se ofrece a la posible marca patrocinante tener presencia en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers), mención de la marca por parte del animador durante el evento, inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, la posibilidad de colocar un stand exclusivo de la empresa en el evento, la posibilidad de colocar inflables/activos de la marca en los espacios abiertos del evento, habrá presencia del logo de la marca en las torres laterales del escenario (Aprox. 6x1,22), presencia de promotores y material promocional a repartir durante el evento, posibilidad de realizar cualquier actividad interactiva con el público desde el escenario en el evento y presencia del logo de la marca en la pantalla LED en el backing del escenario.

- Plan Pico Oriental, en donde las marcas se verán beneficiadas a través de la presencia de su logo en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers), inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, presencia del logo de la marca en la pantalla LED en el backing del escenario, posibilidad de colocar inflables/activos de la marca en los espacios abiertos del evento, mención de la marca por parte del animador durante el evento y presencia de promotores y material promocional a repartir durante el evento.

- Plan Pico el Ávila, donde la marca tendrá presencia en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers), se incluirá

a la marca en la campaña viral para promocionar el evento en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, tendrá mención por parte del animador durante el evento y presencia de material promocional de la marca a repartir durante el evento.

Ver Anexo K

Finalmente, se acordará una reunión breve con cada representante de patrocinio de cada marca para definir detalles y cerrar negociaciones. Los productores generales del evento, junto al coordinador del comité de Patrocinio quedan dispuestos a dialogar sugerencias o cambios relacionados con los planes ofrecidos para la participación de la marca.

4.1.5.1.2 MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PARTROCCINANTES

Es necesario exponer el agradecimiento a cada compañía que ayudó a la exitosa realización de la V edición del Waraira Fest. Para esto se elaboró una carta en donde detallamos el éxito obtenido en el evento y ofrecemos nuestra completa gratitud esperando poder seguir contando con su apoyo en calidad de patrocinantes para futuras ediciones. **Ver Anexo L**

4.1.5.1.3 BASE DE DATOS DE POSIBLES PATROCCINANTES

Se contactó a marcas en calidad de posibles patrocinantes tomando en consideración el target de cada empresa y el target al que va dirigido el evento. A continuación se muestra la base de datos de posibles patrocinantes, a los cuales se les hizo llegar la carta de patrocinio personalizada según la marca.

Ver Anexo M

4.1.5.1.4 PATROCCINANTES Y REALISMO INELUDIBLE

Dada la coyuntura actual del país cuyos niveles inflacionarios según el Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que llegue a una tasa de 720% para el año 2016; y a pesar de buscar cotizaciones con un tiempo considerable de antelación, la volatilidad de los precios hace muy riesgoso para los patrocinantes hacer una inversión de tal magnitud, ya que a pesar de haber realizado esa proyección presupuestaria con los menores costos posibles, se tuvo como resultado un presupuesto total con un costo muy elevado, es por

esto que se mostraron inseguros al respecto, lo que conllevó a una respuesta negativa para brindar patrocinio para la posible realización del WarairaFest.

4.1.5.2 PROVEEDORES

Es importante ofrecer al público todos los servicios necesarios para su satisfacción a lo largo del evento. Considerando la alta inflación a la que estamos expuestos, se contactaron proveedores que garanticen la calidad de su producto a un precio considerable, buscando reducir el presupuesto a un número posible de total cubrimiento por planes de patrocinios. Para esta quinta edición se acordaron dos tipos de proveedores:

- Proveedor de bienes: se contactó proveedores de bienes para cubrir las distintas necesidades a lo largo del evento, entre estas, una tarima, estructuras, sonido y luces con todos los requerimientos necesarios para el buen desarrollo de cada espectáculo ofrecido por los talentos, centros de impresiones para los brazaletes y entradas, baños portátiles, diseño de artes, entre otros.
- Proveedor de servicios: se contactaron proveedores de servicios para garantizar la seguridad de los espectadores y una ambulancia con su respectivo personal para garantizar el bienestar de los mismos.

4.1.5.2.1 BASE DE DATOS DE PROVEEDORES

Se elaboraron dos bases de datos en donde se muestran los proveedores contactados para la primera fecha (**Ver Anexo N**) y otra con los proveedores contactados para prestar su servicio o producto durante la realización del evento para la fecha reasignada. **Ver Anexo O**

4.1.6 LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN

4.1.6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para una mayor eficiencia en la organización y planificación del evento, se realizó un cronograma de actividades que describe cada actividad realizada por parte de la producción general y los coordinadores de cada comité en un periodo de 3 meses, divididos en semanas. **Ver Anexo P**

4.1.6.2 ENTRADAS

El costo de las entradas se evaluará y determinará según el manejo y totalización del presupuesto. La distribución de las entradas se hará tomando en cuenta la pre-venta, y la venta el día del evento. Se imprimirán un total de 2000 entradas y su venta estará distribuida en, 500 entradas de pre-venta, 1500 entradas en la puerta el día del evento.

4.1.6.3 BRAZALETES

Tomando en cuenta que en el festival se venderán bebidas alcohólicas, se verificará la cédula de cada asistente en la puerta, ya que los menores de edad deben estar debidamente identificados con un brazalete de diferente color. Se solicitarán brazaletes de diferentes colores distribuidos entre talentos, prensa, producción y protocolo, mayores de edad y menores de edad.

4.1.6.4 REFRIGERIO

Se ha considerado la distribución de dos tipos de refrigerios; uno asignado al equipo de producción, al protocolo y a los trabajadores de la universidad, y otro asignado a los talentos, managers y técnicos de cada banda o DJ.

Se otorgará un refrigerio equivalente a una comida para el personal de la universidad, el protocolo y el equipo de producción del evento. Se tiene planeado un menú de sándwich de jamón, queso, tomate y lechuga, acompañados de un refresco o agua mineral, distribuido para cada una de las personas que formen parte de cada asignación.

Para los refrigerios de los talentos y su equipo, se tiene planeado distribuir en sus respectivos camerinos, 1 caja de agua mineral, 1 caja de 24 cervezas, 18 latas de refrescos, y 2 perros calientes por cada integrante. Estos números deben ajustarse a la cantidad músicos y técnicos de cada banda o talento, y pueden solicitar otra caja de cervezas y/o agua mineral si así lo ameritan, para así llevar un control sobre el consumo por parte del talento. Los refrigerios serán otorgados a través de un convenio por Perros Calientes

Plumrose, Cheffas y Date Aquí, proveedores de alimentos dentro de la Universidad.

4.1.6.5 CONCESIONES DE COMIDA

Se llegó a un acuerdo mediante una reunión con los productores generales y los representantes de las concesiones de comida de la universidad para que tengan presencia el día del evento por medio de unos stands para la venta de sus productos. El acuerdo consiste en que la producción del Waraira Fest no cobrará ningún porcentaje por la venta y ganancias de sus productos, pero a cambio se les solicita colaborar proporcionando el refrigerio tanto para el protocolo, la producción del evento y el personal de la universidad, como para los talentos y su equipo técnico.

Los ingresos producidos por cada concesión de comida el día del evento serán propiedad absoluta de los dueños de las mismas. Se ofrecerá al público productos de Date Aquí, Cheffas, Perros Calientes Plumrose, Crepes saladas y dulces, Choripanes y un puesto de postres y dulces.

4.1.6.6 HIDRATACIÓN

La hidratación es una de las fuentes de consumo más grandes en el Waraira Fest, y está dividida entre bebidas no alcohólicas y bebidas alcohólicas. Debido a los altos niveles de consumo, la distribución de ambas fuentes de hidratación fue acordada por unas de las marcas con mayor exposición en el festival. En esta quinta edición del Waraira Fest, se contará con la presencia de patrocinio por parte de empresas Polar. Cervecería Polar se encargará de la distribución de la hidratación alcohólica en el festival. Se ofrecerá al público, cervezas Polar Ice y como bebidas no alcohólicas habrá Pepsi y Agua Minalba. La negociación con este proveedor será acordada como parte de plan de patrocinio.

4.1.6.7 HIELO

Considerando que el refrigerio de las bebidas hidratantes es de gran importancia en el desarrollo del evento, y que los productos deben estar fríos para la venta y el consumo del público, se acordó mediante un plan de

patrocinio con Empresas Polar el suministro de cavas con hielo para el respectivo refrigerio de sus artículos.

4.1.6.8 BAÑOS

Tomando en cuenta las necesidades de los presentes, se alquiló a la empresa DH Sanitarios Portátiles, una cantidad de 20 unidades distribuidas equitativamente entre mujeres y hombres, debido a que por ninguna razón está permitido el uso de los baños de la universidad. Hay que tomar en cuenta que el servicio no incluye papel sanitario, por lo tanto deberá ser proporcionado por la producción general para cada una de las unidades.

4.1.6.9 AMBULANCIA

Buscando siempre resguardar la salud y seguridad de los asistentes del evento, se alquilará una ambulancia con su respectivo chofer y dos paramédicos que estén capacitados para atender cualquier situación o emergencia médica sea cual sea la gravedad que se presente. La ambulancia debe estar equipada de todos los requisitos médicos y tener su correspondiente botiquín de primeros auxilios.

La empresa contratada para esta quinta edición es Hiprotection, quienes garantizan que la ambulancia llegará con una hora de anticipación el día del evento y se quedará hasta que salga el último asistente.

4.1.6.10 SEGURIDAD

La seguridad es uno de los aspectos con mayor rango de importancia el día del evento, ya que al vender las entradas estamos haciendo constar que pueden confiar en nosotros como productores del festival. La producción es la única responsable del orden público y de garantizar la seguridad de los asistentes, por esto, se contratará a una empresa que garantice profesionales en el tema, que puedan hacerse cargo de cualquier situación irregular que se presente.

Para esta V edición, después de evaluar varios proveedores mediante una pre-gira organizada con antelación en los espacios acordados para realización del evento junto a los productores generales del evento y al feje de

seguridad de la universidad Monteávila, en donde se evaluó la calidad de servicio que ofrecen y los productos que incluyen, se decidió contratar el servicio de la empresa Hiprotection.

Hiprotection se encargó de calcular según el espacio del recinto, la cantidad de personal necesario para el buen control y manejo el día del evento en caso de presentarse alguna situación que amerite control. Además proporcionarán las barreras de seguridad que controlarán el acceso público en los espacios de la tarima, los espacios de la universidad a los que no se permita acceso, y proporcionaran la logística en la entrada principal, revisando los bolsos y bolsillos de los asistentes para evitar el ingreso de armas, sustancias ilícitas y demás artículos prohibidos. Este personal estará trabajando conjuntamente con el personal de seguridad de la universidad Monteávila, sin embargo este último tiene como única función resguardar el recinto y los edificios de la sede y controlar el acceso de los talentos a los camerinos.

Se llegará a un acuerdo con la Alcaldía de Sucre para que envíen rondas de patrullaje de policías del municipio para resguardar la seguridad de los asistentes a la hora de salir del evento.

4.1.6.11 CAMERINOS

Los camerinos son necesarios para asegurar la comodidad de los artistas en todos los aspectos, además permite controlar el acceso a tarima de cada talento cuando sea su turno. Se acordó con la universidad reservar las aulas 4, 5, 6 y 7 para habilitarlos como camerinos de los talentos, ya que los salones poseen mayor comodidad para cumplir con los requerimientos que demandan los artistas. **Ver Anexo Q**

Cada aula dispondrá de una mesa con mantel y sillas, acompañados del refrigerio correspondiente por talento. En los camerinos podrán guardar sus pertenencias mientras disfrutan de las comodidades ofrecidas por la producción del evento. Será asignado personal de protocolo por camerino para que vele por las necesidades de los talentos, controle la limpieza y el consumo, evitando el uso excesivo de los refrigerios y comodidades ofrecidas.

Además de estos 4 camerinos, se dispondrá de un “camerino para prevenidos”, ubicado a mano izquierda de la tarima con la finalidad de poder prepararse antes de subir al escenario. Será un toldo cerrado de 5 x 5 metros que incluirá una mesa con hidratación para antes y después de cada show y sillas suficientes para que cada integrante de la banda pueda permanecer cómodo mientras espera su presentación.

4.1.6.12 PROTOCOLO

El protocolo del evento se distribuirá según lo amerite cada comité de organización. El día del evento, se asignará una cantidad necesaria de protocolo para la completa organización y logística.

Se organizó una lista de protocolo en donde se asigna por cantidades, el número necesario para la colaboración que se necesite:

- Se asignarán cuatro personas confiables de protocolo para la colaboración en el comité de finanzas. Se distribuirán en partes equitativas para las tareas del cobro de las entradas en la puerta del evento, y kiosco donde se realizarán las ventas de tickets de consumo.
- Se asignarán once personas para el comité de participantes, estos se encargarán de estar en los camerinos de los talentos cerciorándose de que cada talento cumpla con su respectivo trabajo y condicionando el camerino para la llegada de una próxima banda. Servirán de apoyo para el manejo del talento a la hora de ser su turno de entrar al escenario. Se asignará una persona para el camerino de prevenidos que tendrá como trabajo asegurarse de la comodidad e hidratación de los talentos.
- Se asignarán dos personas encargadas de la zona de prensa que servirán de apoyo al comité de comunicaciones, prensa y redes sociales. El coordinador asignará a una persona que tendrá como tarea principal asignar las acreditaciones a los representantes de los diversos medios, y la otra se encargará del mantenimiento e hidratación de los mismos.
- Se asignarán tres personas como apoyo al comité técnico y Backstage que tendrán como tarea apoyar en todo lo necesario en la tarima y el Backstage.

- Deben asignarse dos protocolos para la supervisión de cada área de servicio. Se rotarán en períodos de cuatro horas para supervisar las barras de hidratación, supervisar las diversas áreas de trabajo, supervisar las aéreas de promoción de patrocinantes, supervisar la zona de prensa, y además, se asignarán 4 personas que sirvan de bartenders en cada puesto de cervezas.
- Para la limpieza y mantenimiento del recinto, se hablará con todo el personal del protocolo para que al finalizar el evento, ayude a la producción general a dejar el estacionamiento de profesores y alumnos de 5to año tal y como nos lo entregó la universidad. Para esto serán necesarios materiales de limpieza como escobas, palas, bolsas de basura, entre otros. **Ver Anexo R**

4.1.6.13 VENTA DE TICKETS DE CONSUMO

Con el objetivo de agilizar y facilitar la organización de la venta de bebidas el día del evento, se realizarán tres modelos de tickets de consumo para la hidratación alcohólica y no alcohólica **Ver Anexo S**, estos serán expendidos en un kiosco donde se llevará el control de cada venta. El kiosco se localizará de manera vertical de manera que 4 personas de protocolo puedan agilizar la venta, se organizarán a los asistentes en 4 colas diferentes para disminuir el tráfico que se presente.

Debido a que los puestos de comidas trabajarán con precios manejados por ellos mismos, se expedirán solo tickets de hidratación para bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Es necesario que el coordinador de finanzas lleve un control total de las ganancias obtenidas a través de estos tickets, por lo tanto, su deber es presentarse cada hora en el kiosco y retirar los ingresos para su posterior conteo y control a través de anotaciones que llevará en una carpeta para presentarlo a la universidad en un informe detallado.

4.1.6.14 TARIMA, SONIDO Y ESTRUCTURAS

El Waraira Fest a través de sus ediciones ha mantenido su calidad en cuanto a aspectos técnicos. Por esto, este año queremos asegurar la calidad del sonido, tarima y las estructuras contratando el servicio de montaje de CVGB Producciones. Se montará una tarima con dimensiones de 10 x 10 metros para asegurar la comodidad del talento a la hora de subir al escenario,

consolas digitales para garantizar una buena salida de audio tanto de instrumentos, como las voces de los talentos, pantallas Leds de 4 x 5 metros para proyectar, depende de cuál sea el caso, videos, la presentación en vivo del evento y cumplir con la publicidad de los patrocinantes según hayan sido acordadas, además se contará con un sistema de luces y lámparas automatizadas para ambientar cada presentación. **Ver Anexo T**

4.1.6.15 ESTACIONAMIENTOS

El Waraira Fest al tratarse de un evento con un público tan grande, aunado a que la universidad Monteávila no cuenta con ningún estacionamiento para satisfacer la necesidad de este ámbito; debe asesorarse de ofrecer estacionamiento suficiente y cercano al recinto para garantizar la comodidad y seguridad de los asistentes. La producción se encargó de solicitar los servicios de los estacionamientos adyacentes, “IFEDEC” y “Estacionamiento Universidad”, para asegurar un lugar en donde los asistentes puedan estacionar sus vehículos con seguridad.

Para solicitar este servicio es necesario elaborar una carta firmada por la producción general, que detalle en una síntesis breve lo que es el Waraira Fest y exponga los motivos de la solicitud. En la carta se explicará que el dueño del estacionamiento tiene la completa libertad de cobrar la hora del estacionamiento que desee, exponiendo un costo fijo, en donde el 100% de las ganancias serán para el mismo. Además, se acordó el cierre de puertas de cada estacionamiento 30 minutos después de finalizar el festival. **Ver Anexo U**

4.1.6.16 ZONA DE PRENSA

Se asignará un espacio para la zona de prensa en el cafetín de arriba “Date Aquí”, se distribuirá en mesas y sillas para la comodidad del representante del medio. Esta zona de prensa tiene como fin la realización de entrevistas tanto a la producción del evento como con los artistas. Además será permitido el ingreso alrededor del escenario durante las primeras dos canciones para fotografiar a los talentos mientras realizan sus presentaciones.

4.1.6.17 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO

Para esta V edición del Waraira Fest, el espacio será distribuido tomando como modelo la distribución de las ediciones anteriores con el fin de facilitar el desenvolvimiento del evento. **Ver Anexo V**

4.1.6.18 MONTAJE Y DESMONTAJE

En necesaria una máxima planificación para el montaje del evento, por lo tanto se acordó con la universidad habilitar el estacionamiento de profesores y alumnos de 5to año el día jueves 3 de marzo a primera hora de la mañana. La producción general del evento trabajará junto al encargado por parte de la universidad para el control y supervisión del montaje.

Para el desmontaje se negoció con el proveedor la posibilidad de desmontar al finalizar el festival. Sin embargo en caso de que se presente algún inconveniente para realizar el desmontaje al concluir el evento, se acordó con la universidad el circunstancial desmontaje del equipo el día 5 de marzo a las 8am. **Ver Anexo W**

4.1.6.19 PRUEBAS DE SONIDO

Las pruebas de sonido serán pautadas según un cronograma elaborado en donde cada banda tiene unos minutos estipulados para probar sus equipos de sonidos, si así lo requieren. Las pruebas de sonido iniciarán el jueves 3 de marzo con las bandas grandes (Recordatorio y Gaélica) con una duración de una hora por banda, que iniciará a las 6pm y concluirá a las 8pm. Para el resto de las bandas las pruebas de sonido se llevarán a cabo el 4 de marzo a las 8am según lo acordado con la universidad. Cada prueba de sonido tendrá una duración de 30 minutos divididos entre el montaje de sus equipos de sonido y el inicio de las pruebas. A continuación se presenta un cronograma con las bandas y el horario de la prueba de sonido de cada una. **Ver Anexo X**

4.1.6.20 MATERIALES DE PRODUCCIÓN

En necesario que la producción del evento posea ciertos tipos de materiales para solventar cualquier situación que se pueda presentar el día del festival. Entre estos se pueden mencionar, tirros, bolsas de basura, papel toilette, cavas de plástico, tijeras, carpetas, exacto, engrapadora, coletos, escobas, palas, cepillos, entre otros.

4.1.7 PROGRAMA DEL EVENTO

El orden de presentación de las agrupaciones del Waraira Fest fue pensado con el fin de que fuese atractivo para el público desde el comienzo del evento, de manera que las personas comiencen a llegar desde temprano y puedan disfrutar de todos los talentos, servicios y actividades.

Es de suma importancia que cada participante se comprometa a registrarse estrictamente por el horario establecido para evitar inconvenientes que puedan perturbar la ejecución del Festival. **Ver Anexo Y**

4.1.8 IDENTIDAD GRÁFICA

Para los artes que se utilizarán en la promoción del festival se tomó como elemento principal aquello que caracteriza a la Universidad Monteávila y le da nombre al festival: el Ávila o Waraira Repano. La imagen de esta montaña está situada de fondo tanto en el afiche de reclutamiento de protocolo y comité de organización del Waraira Fest, el afiche teaser, el afiche promocional, las entradas y las infografías que serán publicadas en las redes sociales.

Para el logo se decidió hacer un diseño más sencillo y diferente pero llamativo, de color amarillo con el fin de que resalte sobre cualquier tipo de fondo. **Ver Anexo Z**

Para el afiche de reclutamiento de protocolo y comité de organización del Waraira Fest, se colocó el logo centrado y de gran tamaño sobre un fondo del Ávila ligeramente texturizado, se colocaron las dos opciones: Protocolo y Comité organizador, y nuestros datos de contacto. **Ver Anexo AA**

En el afiche teaser, la montaña se colocó en escala de grises para darle protagonismo a la “W”, insignia del festival. También posee las redes sociales del Waraira Fest para que las personas estén atentas a los próximos anuncios por esa vía. Con este afiche se busca crear cierto grado de emoción y

expectativa en el público, para que así se encuentren atentos a la espera del anuncio oficial. **Ver Anexo AB**

El afiche promocional contiene la imagen del Ávila en un color rojizo sobre un cielo azul-verdoso, colores que hacen un perfecto contraste con el color amarillo del logo. Los nombres de las agrupaciones poseen el mismo color del logo para que resalten sobre la montaña; encima se encuentra escrita la fecha del evento. Abajo, las redes sociales del Waraira Fest y un hashtag para que las personas lo utilicen en sus cuentas personales. **Ver Anexo AC**

Se realizaron tres infografías para difundir en las redes sociales del festival. Todas poseen una tipografía clara e imágenes para su fácil entendimiento. La primera muestra los objetos que se encuentran prohibidos o permitidos para el acceso al evento. La segunda tiene el propósito de ofrecer algunas recomendaciones a todo aquel que desee asistir al Waraira Fest. La tercera indica el horario durante el cual estará permitido el acceso al público antes de que se dé cierre a las puertas. **Ver Anexo AD**

El arte de las entradas es muy similar al del afiche promocional, posee el mismo fondo y los nombres de las agrupaciones escritos en la misma tipografía. Posee una pestaña desprendible con el logo del evento en color negro y el número de la entrada en ambas partes del ticket. **Ver Anexo AE**

Por último, se realizaron siete imágenes, cada una con el nombre de una agrupación que se presentará en la quinta edición del Waraira Fest encerrado en un marco de color blanco, igualmente sobre una imagen del Ávila. Contiene el logo del evento y “Universidad Montéavila” escrito en la parte inferior. Estas imágenes serán difundidas por las redes sociales. **Ver Anexo AF**

4.1.9 PRESUPUESTO

Para esta V edición del WarairaFest, la coordinación del comité de finanzas se encargó de elaborar un presupuesto general del evento tomando como base las cotizaciones finales de los diferentes proveedores de servicios y

productos más el impacto del índice de inflación que presenta el 2016. **Ver Anexo AG**

La inflación alcanzada para este 2016 se ve plasmada en cada cotización del presupuesto general del evento, que a pesar de buscar costos bajos, alcanzó un total exorbitante para la elaboración del festival. La crisis económica que presenta el país nos obliga a realizar constantes ajustes a nuestros presupuestos considerando a que los proveedores mantienen el precio de su producto o servicio por periodos muy cortos de tiempo, y lo van actualizando según la subida del dólar paralelo ya que muchos de los productos requeridos para la elaboración del evento son importados.

Debido a que el festival debe ser autosustentable, el presupuesto será cubierto por las marcas patrocinantes del evento, y en caso de faltar dinero para el pago completo de los proveedores, se utilizarán los ingresos obtenidos a través de la venta de las entradas, la ventas de cervezas y las demás bebidas a lo largo del evento.

Tomando en consideración el índice de inflación que experimenta el país, se debe tener en cuenta la posibilidad de un peor escenario de asistencia al festival. En esta oportunidad estamos considerando un escenario pesimista de asistencia en base a 1200 personas.

El excedente de ingresos luego de haber pagado a los proveedores en su totalidad será destinado a nuestro compañero Manuel Orellana.

4.1.10 COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

La comprensión de la importancia de la comunicación en la gestión del evento y de su enfoque estratégico, son elementos que no se deben soslayar por parte de quienes tienen en sus manos la misión de hacer a otros partícipes del evento. Cuando se habla de comunicación, se está en presencia de una herramienta insustituible en los procesos de promoción, pues actúa como eje transversal que incide, positiva o negativamente, en los diferentes receptores a los que llegará nuestra información.

Considerando nuestro target oscilado entre mujeres y hombres de 18 a 25 años, orientaremos nuestra promoción a una campaña visual y comunicativa que resulte atractiva para el público, enfocada a la Web 2.0 y a medios de comunicación masivos de la capital.

4.1.10.1 PLAN DE MEDIOS Y ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Nuestro plan de medios va enfocado a los medios de comunicación masivos; para esto se organizará una gira de medios en donde el coordinador del comité de Comunicación, prensa y redes sociales, se encargará de realizar una lista de los medios interesados en promocionarnos, incluyendo emisoras de radio, periódicos, revistas y medios digitales. Dados los antecedentes que posee el evento, se considera necesario elaborar un plan de medios que inicie teniendo presencia en medios de comunicación masivos de manera de que se cuente con el tiempo suficiente para el inicio de la campaña de intriga y la posterior publicación de la fecha y cartel de bandas del evento.

Con el fin de masificar la información, se elaborarán notas de prensa explicando el proyecto del evento y el retorno del mismo, para agilizar la campaña de intriga y mantener a los espectadores atentos a una próxima publicación; todo se manejará en conjunto con las publicaciones en las redes sociales. El objetivo es penetrar en la mente del público de forma definitiva, por lo tanto luego nos enfocaremos en conseguir entrevistas en la radio y revistas que concuerden con el target del evento para el lanzamiento de la fecha y el cartel de bandas que ofrecemos.

Se aplicará una estrategia de promoción de ventas que tendrá como objetivo servir de herramienta a todas las demás tácticas a través de la elaboración de material P.O.P, tales como folletos, afiches, teasers y carteles. Así como también se organizarán concursos para el incentivo del público a través de la radio y las redes sociales donde se entregarán como premios entradas al festival.

A raíz de la gira de medios se estructuró un plan de acciones para la difusión y promoción del evento en donde se incluyen notas de prensa para ser enviadas a periódicos locales tanto físicos como digitales, entrevistas en

emisoras de radio y notas de prensa adaptadas a la estructuras de diversas revistas.

4.1.10.2 MEDIOS ALTERNATIVOS

Además de los medios tradicionales, orientamos nuestra promoción hacia las redes sociales, debido a que este medio es de mayor alcance y posee la capacidad de feedback con la audiencia, lo cual es conveniente para evaluar la receptividad.

Evaluando el alcance de cada red social, se seleccionaron; Twitter (@WarairaFest), Facebook (www.facebook.com/WarairaFest), y por último, Instagram (@WarairaFest). Las redes se manejarán constantemente de manera concisa, en donde cada publicación explicará lo necesario del evento de manera breve. El plan de acción consiste en iniciar las publicaciones en cada red social con el teaser de campaña de intriga. Para la semana siguiente, se publicarán la fecha del evento junto al cartel de bandas, y a raíz de eso y las infografías de interés público donde se hacen recomendaciones para el día del evento. Se considera necesaria la publicación de cada nota de prensa que salga al aire en cualquier medio de comunicación, con la finalidad de propagar la información de manera más eficiente.

4.1.10.3 LISTADO DE MEDIOS

Se organizó una lista de los diferentes medios de comunicación a los que se contactó para la difusión y promoción del evento, sin incluir los contactos, debido a que son propiedad del coordinador de comunicación, prensa y redes sociales de la V edición del Waraira Fest. **Ver Anexo AH**

5. PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO EN TIEMPOS DE CRISIS

Uno de los objetivos que nos motivó para seleccionar la planificación, organización y producción de la Quinta edición del Waraira Fest como proyecto final de carrera, fue la experiencia que esta prestigiosa Universidad ha tenido en este tipo de eventos a lo largo de sus ediciones, además porque este

proyecto nos permitiría tener una base teórico – práctico para iniciar alguna actividad laboral relacionada.

En el año 2013 la situación política, social y económica de Venezuela, ya mostraba un signos altos de deterioro; la inseguridad ya era un caso alarmante, la violación de los derechos humanos era objeto de evaluación por los organismos internacionales, tales como: La Organización de la Naciones Unidas, Human Rights Watch entre otros, y el desabastecimiento alimenticio todavía no presentaba a la dimensión de hoy en día. La inflación para ese año comenzaba a ser alarmante; con una cifra de 56%, nunca se imaginó que para el año 2015 llegara a la cifra que publicó el Banco Central de Venezuela de 180.9%, sin considerar que expertos economista y nacionales e internacionales hayan concluido que este índice este muy por arriba de lo señalado por el B.C.V. A pesar de esto, los patrocinantes aún sentían seguridad y confianza a la hora de brindar apoyo a los diversos eventos culturales que se presentaban como proyectos de emprendimiento y soporte a la movida cultural musical que se ofrecía para ese entonces en la capital venezolana. El último Waraira Fest realizado en la Universidad fue en el año 2013 donde se contó con una participación de 7 patrocinantes potenciales y una asistencia de 1600 personas, obteniendo unos resultados exitosos para la IV edición de este festival.

Las políticas que implementa y mantiene el gobierno, cultivaron la situación que hoy vivimos. El reporte anual del Observatorio Venezolano de Violencia precisó que un total de 27.875 personas murieron de manera violenta para el año 2015, la inseguridad se ha convertido en un factor de inquietud tanto para los patrocinantes como para los asistentes de este tipo de eventos, este factor hace inestable y dudoso el índice de asistencia del público estimado por temor a ser víctima de el gran registro de inseguridad que afronta el país, siendo una de las razones por las que las marcas se sientan inseguras para ofrecernos apoyo, con el miedo de ocasionar una perdida en la campaña de esa gran inversión. Lamentablemente el índice inflacionario que presenta hoy nuestro país, ha hecho que todos los eventos culturales de este tipo se hayan ido mermando. Eventos de gran magnitud tales como, el What the Fest, y el Sin Mordaza, conocidos como los festivales de mayor asistencia de Caracas,

tuvieron que dejar de producirse por la falta de presupuesto, sin contar que sus productores se han ido del país en búsqueda de una mejor calidad de vida. Otro ejemplo claro son los Unión Rock Show, un evento popular por la presentación mensual del talento emergente, cuya receptividad e índice de asistencia era siempre exitoso. Para el año 2015 se realizó la Quinta edición de los Premios Unión Rock Show, que evidenció perfectamente esta problemática, en donde tuvieron que iniciar el evento al mediodía con el intento de garantizar la asistencia del público, sin embargo, fue la peor asistencia obtenida a lo largo de sus ediciones.

Todo lo expuesto anteriormente, son consecuencias que limitan la realización de este tipo de eventos; sin embargo nuestro trabajo de grado señala rigurosamente toda las fases de planificación y desarrollo requeridas para lograr presentarlo. Buscamos los presupuestos necesarios para cada servicio indispensable, pero el índice inflacionario de nuestra economía es proporcionalmente superior a los presupuestos que se requieren para poder ejecutar el festival.

Considerando toda esta situación que vive la Venezuela contemporánea y por el bienestar y resguardar la integridad de todos los que hacemos vida en nuestra Universidad, es imprescindible la suspensión del evento. Para llegar a esta conclusión, llevamos a cabo tres reuniones: una con la persona encargada de llevar los Proyectos Finales de Carrera, otra con nuestro tutor, y otra con un representante de las autoridades académicas de nuestra Universidad, con el fin de plantearles lo cuesta arriba que se había tornado la producción del evento debido a la negativa de patrocinios y consultarles, considerando su amplia experiencia y profesionalismo en esta materia, su opinión al respecto. Por razones de carácter económico que salían completamente de nuestras manos, se tomó la decisión de suspender el evento hasta nuevo aviso.

6. CONCLUSIONES

La aplicación de procesos de producción de eventos culturales en un país con una situación tan incierta como Venezuela representa un reto para todo aquel que se lo proponga.

La Quinta Edición del Waraira Fest no se llevó a cabo debido a la delicada situación económica. El primer factor determinante de esta decisión fue la inflación y por consecuencia la negativa de las empresas en materia de patrocinio. La crisis vivida en Venezuela entre los meses de octubre y febrero representó otro obstáculo que abarcó tres etapas: una campaña electoral, unas elecciones parlamentarias y el triunfo por parte de la oposición. Tres elementos que jugaron un papel protagónico en el ambiente de tensión e incertidumbre que se manifestó durante ese período.

Gracias a la planificación de este proyecto, nos adentramos en la parte profesional en materia de organización y producción de eventos. Alcanzamos un nivel de conocimientos en la práctica que la teoría por sí sola no podría transmitir, esto debido en gran parte a la complicada situación económica del país, demostrando así que la organización y producción de eventos es solo una más de las aristas que se han visto afectadas por la agravada crisis existente.

7. RECOMENDACIONES

El Waraira Fest es una iniciativa que genera un impacto positivo en cuanto a la promoción de la Universidad Monteávila, así como de talentos emergentes que se encuentren en la búsqueda de dar a conocer sus proyectos musicales al público universitario, pero dada la situación de crisis por la cual se encuentra atravesando el país, representa un gran reto para todo aquel que se proponga su realización.

Tomando en cuenta el escenario de crisis socio-económica que se vive actualmente, es aconsejable tomar previsiones respecto al tiempo de antelación con el cual se contará para la planificación y organización del Festival, no solo para lograr llevar a cabo las tareas de manera satisfactoria sino para resolver los inconvenientes y contratiempos que por la crisis se puedan presentar.

Por ser un evento de gran envergadura, es recomendable un amplio equipo de producción conformado por personas comprometidas pero sobre todo apasionadas por la producción, para de esta manera llevar a cabo reuniones de status semanalmente y hacer el debido seguimiento a cada paso sin excepción.

El Waraira Fest es un proyecto con un gran potencial y una iniciativa que no debe ser abandonada. El detalle está en saber escoger los proveedores de manera que el presupuesto se mantenga en un margen viable, dentro de lo posible.

8. REFERENCIAS

- Altuve Perera, Luis. Sanchez Laya, Ana. (2014) Manual de producción: Waraira Fest (Proyecto Final de Carrera) Universidad Monteávila. Caracas.
- El FMI pronostica inflación de Venezuela en 720% para 2016, (2016) CNN en expansión, Pagina Web en línea disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2016/01/22/el-fmi-pronostica-inflacion-de-venezuela-en-720-para-2016>
- Lisa McQuerrey, Tipos de patrocinio, Página Web en Línea disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-patrocinadores-12209.html>
- ¿Qué tipo de proveedor es tu empresa?, Página Web en Línea disponible en: <http://www.proveedores.com/articulos/que-tipo-de-proveedor-es-tu-empresa>

9. ANEXOS

ANEXO A

CRONOGRAMA DETALLADO DE ACTIVIDADES Y REUNIONES PREVIAS A LA REASIGNACIÓN DE FECHA

Semana	Fechas	Paso a ejecutar
1	3 al 9 de agosto de 2015	Asignación de fecha tentativa para el evento. Reserva de instalaciones de la universidad.
2	10 al 16 de agosto de 2015	
3	17 al 23 de agosto de 2015	Distribución equitativa del trabajo entre los cuatro integrantes.
4	24 al 30 de agosto de 2015	Reunión con Promontaje y Magnishow.
5	31 de agosto al 6 de septiembre de 2015	Cotización de sonido, tarima, iluminación y backline, logística, comunicaciones y baños portátiles.
6	7 al 13 de septiembre de 2015	Pre-giras con empresas de seguridad.
7	14 al 20 de septiembre de 2015	Contacto con concesiones de comida.
8	21 al 27 de septiembre de 2015	Contacto y cotización de bandas.
9	28 de septiembre al 4 de octubre de 2015	Elaboración de artes promocionales.
10	5 al 11 de octubre de 2015	Presentación del proyecto a posibles patrocinantes.
11	12 al 18 de octubre de 2015	
12	19 al 25 de octubre de 2015	Reserva de estacionamiento IFEDEC.
13	26 de octubre al 1 de noviembre de 2015	Visita a la alcaldía y envío de cartas al Alcalde y Bomberos de la zona. Cotización impresión de artes.
14	2 al 8 de noviembre de 2015	Reunión con Decano de FCCI para plantear cambio de fecha/locación.
15	9 al 15 de noviembre de 2015	Reunión en El Nacional y UNIMET para cotizar reserva de estacionamientos.

16	16 al 22 de noviembre de 2015	<p>Contacto con patrocinantes para comunicar el cambio de locación.</p> <p>Negativa por parte de los patrocinantes.</p> <p>Reunión con persona encargada de los PFC para plantear cambio de fecha.</p>
17	23 al 29 de noviembre de 2015	<p>Decisión por parte de dos compañeros de abandonar el proyecto.</p>
18	30 de noviembre al 6 de diciembre de 2015	<p>Reasignación de fecha.</p>

ANEXO B

COMITÉ DE ORGANIZACIÓN

PERSONA	CONTACTO
Santiago Martínez	0412-5542067
Juan Altimari	0424-1094107
Maya González	0414-0397120
Javier Antor	0412-3333133
Antonieta Abreu	0416-8345544
Daniel Kcomt	0414-1128054
Andrés Sierra	0416-8385321
Isabel Díaz	0412-9830313
Marica Cecilia Peña	0424-1263997
Maurizio Cipriani	0414-1054909

ANEXO C

PLANILLA DE SOLICITUD PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS



SOLICITUD DE PERMISO PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS

NO. DE SOLICITUD

FECHA DE SOLICITUD



DAIOS DEL SOLICITANTE

**Apellido y Nombre	**Cédula de Identidad	**Cargo que ocupa en la Empresa	**Teléfono(s)
**Correo Electrónico:			

DAIOS DE LA EMPRESA

**Nombre y Apellido o Razón Social	**Denominación Comercial	**Número de Rif
**Dirección de la Empresa		**Teléfono(s)

Por medio de la presente solicito la autorización correspondiente a los efectos de colocar _____ publicidad comercial en jurisdicción del Municipio Sucre, con las siguientes dimensiones y características

DAIOS OBLIGATORIOS

CARACTERÍSTICAS DEL ESPECTÁCULO

DENOMINACIÓN DEL EVENTO

UBICACIÓN DEL EVENTO

FECHA(S) Y HORARIO(S) DEL EVENTO	VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS		
	SI	NO	

CANTIDAD		VALOR	NUMERACIÓN DE LAS ENTRADAS	
			DESDE	HASTA

RECAUDOS

1. Copia del Documento Constitutivo-Catutario de la Empresa organizadora del Evento o Espectáculo (Solo en el caso de ser la primera Solicitud en el Municipio Sucre)	8. Copia del R.I.F. (Solo en el Caso de ser la Primera solicitud en el Municipio)
2. Original y Copia del pago de la Tasa Administrativa Equivalente a Tres Unidades Tributarias (3 U.T.) (Por día de Función)	7. Autorización del Propietario del establecimiento donde se efectuará el Evento o Espectáculo
3. Original y Copia del pago de la Tasa Administrativa Equivalente a Una Unidad Tributaria (1 U.T.) por Concepto de Sellado por cada 500 entradas o	8. Cheque de Gerencia o Fianza a favor de la Alcaldía del Municipio Sucre, por el 10% sobre el valor del total de las entradas.
4. Autorización y Copia de la cédula de Identidad del Autorizante y Autorizado (En el caso de Tramitar un tercero)	9. Memoria Descriptiva de las medidas sanitarias y de bioseguridad del Espectáculo Público.
5. Carta Aval del Consejo Comunal perteneciente a la Zona	10. Permiso de Bombero que indique la capacidad o aforo del local

RECAUDOS (EN CASO DE SOLICITAR LA EXONERACIÓN DE LOS IMPUESTOS DEBERÁ ANADIR):

1. Solicitud por Escrito dirigida al Alcalde o Alcaldesa	3. Cheque de Gerencia o Fianza a favor de la Alcaldía del Municipio Sucre, por el monto equivalente a los impuestos que solicitan exonerar
2. Copia del Documento Constitutivo-Catutario de la Fundación o Institución o Carta de Aceptación de la Institución Beneficia cuando se realice Evento Beneficio a favor de la misma.	

EN CASO DE EXONERACIÓN LA SOLICITUD DEBE SER CONSIGNADA CON MÍNIMO QUINCE (15) DÍAS DE ANTECIPACIÓN

Nota: Todos los recaudos deben consignarse en una carpeta marrón, con gancho de lado izquierdo, identificada con el nombre de la Razón Social y la solicitud a realizar, foliando los recaudos de manera ascendente, comenzando desde la última página hasta la primera y organizándolos en la carpeta en este mismo orden. Se recomienda realizar el foliado luego que el expediente sea revisado por el Avisor Tributario.

Bojo Fe De Juramento Declaro Que Son Verdaderas Las Datos Conocidas En La Presente Solicitud Y Sus Anexos, Que Han Sido Preparados Por Mi Y Que Contienen Las Características Y Dimensiones Exactas De La(S) Unidad(ES) Publicitaria(S) Que Pretendemos Instalar En Jurisdicción Del Municipio Sucre, En Consecuencia De Lo Cual Firmo

Firma del Solicitante

Solo para el uso de la Dirección de Rentas Municipales

Avisor Tributario	División de Propaganda y Publicidad Comercial, Espectáculos Públicos y Aguas y Licitos	Servicio de Actividades Económicas
Nombre y Apellido	Analista Nombre y Apellido	Jefe de Servicio Nombre y Apellido
Fecha	Fecha	Fecha

NOTA: Estimado Contribuyente recuerde que la presente Solicitud debe ser consignada con siete (07) días mínimo de anticipación a la realización del Evento o Espectáculo

ANEXO D

MODELO DE CARTA DIRIGIDA AL ALCALDE

Caracas, día de mes de año

Sres. Alcaldía de Sucre

Presente.-

Atención

Sr. Carlos Ocariz

Nos dirigimos a usted con el propósito de hacerle llegar la información de la posible realización del festival Universitario Waraira Fest, que tiene como fecha estipulada el viernes 4 de marzo en las instalaciones de la Universidad Monteávila. El **WARAIRA FEST** es un evento cultural creado por iniciativa de estudiantes de la Universidad Monteávila cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario. En su quinta edición, este evento formará parte del Proyecto Final de Carrera de dos estudiantes de quinto año de Comunicación Social de dicha institución.

El festival tendrá un horario comprendido de tres (3:00) de la tarde hasta las diez (10:00) de la noche, con cierre de puerta a la siete (7:00) de la noche con la finalidad de resguardar la seguridad de los asistentes. Las bandas nacionales participantes son: Guacamayo Terca, Pakalolo, Versed, B.I.D.A.I.A, San Tomé, Recordatorio y Gaelica. Además, se contará con la presencia del DJ Melchor.

Por este motivo, solicitamos todos los requerimientos necesarios por parte de la Alcaldía para la adecuada realización del festival.

Sin nada más que agregar y agradeciendo de antemano su atención se despide en nombre de la producción general,

Produccion general Waraira Fest

Elismar Plata

0412-9735884 / Elismarplata@gmail.com

ANEXO E

CARTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE RENTAS DE LA ALCALDIA Y LOS BOMBEROS DEL MUNICIPIO

Caracas, día de mes de año

Sres. Alcaldía de Sucre

Presente.-

Atención

Persona contacto

El día 4 de marzo del presente año se llevará a cabo en las instalaciones de la Universidad Monteávila la quinta edición del “**WARAIRA FEST**”, un festival musical creado por iniciativa de estudiantes de dicha institución cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario. El “**WARAIRA FEST**” cuenta con una trayectoria de cuatro ediciones, y con el paso de los años ha ido ganando popularidad hasta llegar a ser reconocido por el alumnado de otras casas universitarias.

El festival espera recibir aproximadamente a 2500 personas. Se llevará a cabo una pre-venta limitada de entradas a un costo de 1200 Bolívares, además de la venta general de brazaletes en el acceso principal el día del evento a un costo de 1600 Bolívares. Su horario estará comprendido entre las 3:00 pm y las 10:00 pm.

En el evento se contará con la presencia de proveedores de servicios de comida y bebida destinados al consumo del público, cuyos productos serán vendidos a precios accesibles para asegurar el pleno disfrute del festival.

La realización del Festival no solo será motivo de esparcimiento para la comunidad universitaria, sino también representa un compromiso. El **WARAIRA FEST** tendrá como propósito la **recaudación de fondos** para nuestro compañero Manuel Orellana, quien a sus 21 años de edad se encuentra luchando contra el cáncer. Manuel fue diagnosticado con Linfoma

No Hodgkin cuando le hallaron un tumor maligno que se alojaba entre sus pulmones. Terminó su tratamiento de quimioterapia y radioterapia en octubre del año pasado, sin embargo, poco después de esto fue ingresado al hospital, esta vez por dos nuevos tumores localizados en su cerebro que comprometen su vida.

El trasplante de médula ósea, es un tratamiento innovador para este tipo de tumores, sin embargo, la difícil situación económica hace imposible a sus padres pagarlo.

Manuel y sus padres luchan; y nosotros queremos ayudarlos. Queremos ayudarlo a vencer el cáncer para que pueda convertirse en un exitoso comunicador, y así logre alcanzar todos sus sueños.

Por este motivo se solicita una consideración para la disminución del porcentaje o total exoneración de los impuestos establecidos en la ley para la realización de actos culturales en el municipio Sucre. De igual manera, los invitamos a formar parte de esta iniciativa, que no solo busca fomentar la cultura musical y la vida universitaria, además contribuirá a la salud y pronta recuperación de nuestro compañero Manuel.

El apoyo brindado por la alcaldía del municipio Sucre en ediciones anteriores del festival ha contribuido al crecimiento de esta iniciativa y por ello estamos inmensamente agradecidos.

De antemano agradecemos su atención. Se despide de ustedes en nombre de la producción general del Waraira Fest.



Elismar Plata

Producción General Waraira Fest 2016

C.I. 22.780.641

Elismarplata@gmail.com

(0412) 973-5884

ANEXO F

BASE DE DATOS DE COMITÉS



WARAIRA FEST 2016

COMITÉ	COORDINADOR	CONTACTO
Comité de organización	Mariamilagros Molina	Mariamilagros.molina@gmail.com 0424.2352304
Comité de proveedores	Elismar Plata	Elismarplata@gmail.com 0412.9735884
Comité de finanzas	Jean Paul Rojas	Jeanpaulrojasv@gmail.com 0424.1096817
Comité de permisología	Elismar Plata	Elismarplata@gmail.com 0412.9735884
Comité de patrocinio	Vicente Corostola	Vicentecorostola@gmail.com 0414.3253277
Comité de participantes	Mariamilagros Molina	Mariamilagros.molina@gmail.com 0424.2352304
Comité de comunicación, prensa y redes sociales	Vicente Corostola	Vicentecorostola@gmail.com 0414.3253277
Comité técnico y Basktage	Isabel Díaz	Isabelcdiazb@gmail.com 0412.9830313
Comité de logística y protocolo	Andrés Sierra	Andres.sierra893@gmail.com 0416.8385321

Fuente: Elaboración propia

ANEXO G

CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PARTICIPANTES



Caracas, día de mes de año

Señores

Banda, DJ o Artista

Presente,

Atención

Manager, DJ o Integrante

El **WARAIRA FEST** es un evento cultural creado por iniciativa de estudiantes de la Universidad Monteávila cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario. En su quinta edición, este evento formará parte del Proyecto Final de Carrera de dos estudiantes de quinto año de Comunicación Social de dicha institución.

Desde el año 2009, el festival ha tenido el privilegio de ser la plataforma donde una cantidad considerable de agrupaciones actualmente reconocidas como Lebronch, Viniloversus, Rawayana, Famasloop, y Los Mesoneros, tuvieron la oportunidad de dar a conocer sus proyectos musicales. Inicialmente, el Waraira Fest fue pensado como una actividad interna de la universidad; pero con el paso de las ediciones, fue ganándose el cariño de la audiencia hasta llegar a ser reconocido como uno de los eventos más importantes del circuito de festivales universitarios y de la movida cultural caraqueña. Ha logrado un 90% de incremento en asistencia anual; en la última edición se contó con la presencia de más de 2300 personas.

Este año, la realización del festival tendrá como propósito la **recaudación de fondos** para un compañero de nuestra promoción que se

encuentra actualmente luchando contra el cáncer. Su nombre es **Manuel Orellana**, y a sus 21 años fue diagnosticado con **Linfoma No Hodgkin** cuando le hallaron un tumor maligno que se alojaba entre sus pulmones. Manuel terminó su tratamiento de quimioterapia y radioterapia a principios de octubre del año pasado, sin embargo, poco después de esto fue reingresado al hospital, esta vez por dos nuevos tumores en su cerebro que comprometen su vida. Existe un tratamiento innovador para este tipo de tumores: el trasplante de médula ósea. Pero este procedimiento es muy costoso y la difícil situación económica en Venezuela no permite que sus padres puedan sufragarlo. Queremos ayudar a Manuel a vencer el cáncer para que pueda convertirse en un exitoso profesional de la comunicación.

Gracias al elevado nivel de producción durante sus cuatro ediciones anteriores, el **WARAIRA FEST** se ha convertido en el evento cultural más importante de la Universidad Monteávila y en su quinta edición, aspiramos continuar con esa gran calidad y profesionalismo que lo ha caracterizado.

Este festival representa una plataforma para que numerosas bandas nacionales den a conocer su talento frente a un público conformado en su mayoría por estudiantes de las universidades más importantes del país. De esta manera, los invitamos cordialmente a formar parte de esta experiencia, con la finalidad de ayudar a impulsar y promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario, con la oportunidad para llegar de forma directa y masiva a este público determinado.

Nos gustaría contar con su presencia ya que el profesionalismo de su trabajo enriquecerá la calidad del festival.

Datos del evento:

Lugar: Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta Norte.

Fecha: 4 de Marzo de 2016

Horario: 3:00 PM – 10:00 PM

Capacidad máxima: 2500 personas

Sin nada más que agregar, esperamos poder contar con su asistencia, e igualmente agradecemos su atención e interés. Puede contactarnos a través de:

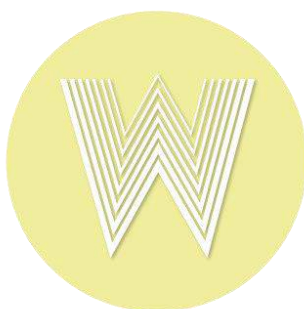
Mariamilagros Molina

Producción general Waraira Fest
+58 424 2352304

Elismar Plata

Producción general Waraira Fest
+58 412 9735884

warairafest2016@gmail.com



ANEXO H

MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO A PARTICIPANTES



Caracas, día de mes de año

Señores

Banda, DJ o Artista

Presente,

Atención

Manager, DJ o Integrante

Tenemos el grato placer de comunicarles nuestra conformidad por su presentación celebrado el día 4 de marzo de 2016; y felicitarlos por su gran profesionalismo que llenó de mucho entusiasmo y alegría a todo el público presente, haciéndonos sentir muy satisfechos a todo el equipo integrante de la Producción General del **Waraira Fest 2016**.

Igualmente, hacemos extensibles el reconocimiento por parte de las autoridades de la Universidad Monteávila, por su valiosa participación en el desarrollo del evento que culminó exitosamente.

Reiteramos las gracias por el apoyo otorgado. Para nosotros fue un honor poder contar con su presencia y esperamos que en el futuro, esta prestigiosa Universidad pueda seguir teniendo a disposición su apoyo y participación en futuras ediciones culturales y musicales.

Sin nada más que agregar y agradeciendo su participación en nuestro evento, se despiden;

Att.

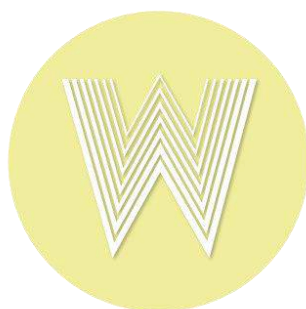
Mariamilagros Molina

Producción general Waraira Fest
+58 424 2352304

Elismar Plata

Producción general Waraira Fest
+58 412 9735884

warairafest2016@gmail.com



ANEXO I

LISTADO PARTICIPANTES (POSIBLES Y FINALES)

AGRUPACIONES FINALES

- Pakalolo
- Guacamayo Terca
- Versed
- San Tomé
- B.I.D.A.I.A
- Recordatorio
- Gaélica

OTRAS AGRUPACIONES CONTACTADAS

- Okills
- Los Mesoneros
- Famasloop
- Cuatro Leguas
- La Pequeña Revancha
- Rawayana
- Los Colores
- Laura Guevara
- Lebroch
- La Última Thule
- Del Pez

ANEXO J

CURRÍCULOS DE PARTICIPANTES

B.I.D.A.I.A

Género: Indie / Post / Math rock.

Integrantes: Ernesto Celi, Xabier Uria, Fernando Sánchez y Jean-Luc Fiol.

Contacto: Orlando Peña Serrano Orlando@mail-me.com

B.I.D.A.I.A es una agrupación caraqueña formada en el año 2012 que hizo su debut en el Circuito Nuevas Bandas 2013. Al año siguiente, participaron nuevamente convirtiéndose en finalistas de esa edición. A principios de 2015, B.I.D.A.I.A lanzó al público su primer sencillo promocional titulado “Camina”, dando un adelanto de lo que sería su primer EP “Reflejo”, que estrenarían más tarde en Hard Rock Café Caracas.

“Reflejo”, gratamente recibido por medios de comunicación venezolanos, es una compilación de cinco temas que buscan marcar pauta en la movida nacional con armonías experimentales y retadoras, y se encuentra disponible a nivel internacional en tiendas de reproducción online como iTunes, Spotify, Apple Music y Amazon Music.

B.I.D.A.I.A actualmente busca consolidarse en el rock venezolano como la primera banda de math rock, llevando por todo el país los progresivos ritmos que dan base y forma a su propuesta musical.

Facebook: www.facebook.com/BIDAIAoficial

Twitter: www.twitter.com/BIDAIAoficial

Instagram: www.instagram.com/Bidaiaoficial/

<http://www.soundcloud.com/Bidaiaoficial>

Fuente: Manager B.I.D.A.I.A

Pakalolo

Género: Pop / Reggae acústico.

Integrantes: Rafael Antolínez, Alejo Bayo y José Gabriel Ruiz Telleria.

Contacto: Santiago Martínez López santiagoml94@gmail.com

Pakalolo es una agrupación caraqueña caracterizada por su sonido que combina tendencias caribeñas y ritmos afrocubanos con los sonidos del ukelele, el guitalele, la percusión y la armonización de tres voces, incluyendo el sonido del contrabajo y el saxofón. Una propuesta musical muy fresca, divertida, relajada y juvenil.

“Live EP” es la primera producción discográfica de la agrupación. Fue grabada en el estudio personal de la banda “The temple studios” y, como lo indica el nombre, fue grabada a modo de concierto en vivo para darle un sonido más apegado al estilo acústico de la banda. Los “PakaDemos” son la segunda producción musical de la banda y consta de 3 canciones grabadas que fueron estrenadas en enero de 2016 y son una muestra de lo que será el primer LP de la banda que llevará por nombre “Tropical Trip”.

Pakalolo concursó en el “Festival nuevas bandas 2015” en el circuito de la ciudad de caracas.

Facebook: www.facebook.com/pakalolomusic

Twitter: www.twitter.com/pakalolomusic

Instagram: www.instagram.com/pakalolomusic

<http://www.soundcloud.com/pakalolomusic>

Fuente: Manager Pakalolo

Guacamayo Terca

Género: Rock.

Integrantes: Arturo Ríos, Gustavo Celis, Carlos Silva, Sebastián Balcázar y José Morillo.

Contacto: Arturo Ríos guacamayoterca@gmail.com

Guacamayo Terca es un quinteto de rock hiberneoplásico, formada en febrero de 2015 cuando, tras haber pasado unos meses versionando temas - entre ellos, temas de Jorge Drexler, Manu Chau, Gorillaz y Café Tacvba-, los 5 deciden componer temas propios. Desde entonces la agrupación se ha dedicado a componer y actualmente se encuentran en proceso de pre-producción de su primer material discográfico.

En su corta trayectoria han compartido tarima con agrupaciones como Del Pez, Majestuosa Bonanza, Club House y Recordatorio. Algunas de las influencias de la banda son: Spinetta, Cunaguaro Soul, Jimi Hendrix, Radiohead, Gustavo Cerati y Mars Volta.

Instagram: www.instagram.com/guacamayoterca

Fuente: Manager Guacamayo Terca

San Tomé

Género: Pop.

Integrantes: Marco Ramos, Iván Infante.

Contacto: Marco Ramos santomeoficial@gmail.com

San Tomé es una agrupación caraqueña que nace en 2014 cuando Marco Ramos e Iván Infante, ex-integrantes de la banda Sonica, deciden emprender un proyecto propio.

Experimentando diferentes sonidos, sale su primer EP "Continuará". Comienzan el 2015 con "Pienso en ti", primer sencillo correspondiente a su 2do EP que lleva por nombre "Siente". Actualmente la banda presenta "Siente", segundo sencillo del EP que lleva el mismo nombre.

San Tomé, con un sonido Pop inspirado en la música de los años 80s; busca demostrar la versatilidad de la banda y adentrarse en la Cultura Pop Venezolana.

Facebook: www.facebook.com/santomeoficial

Twitter: www.twitter.com/santomeoficial

Instagram: www.instagram.com/santomeoficial

<http://www.soundcloud.com/santomeoficial>

Fuente: Manager San Tomé

Versed

Género: Rock.

Integrantes: Samuel Sánchez, Omar Oses y Rafael Acuña.

Contacto: Omar Oses omaroses91@gmail.com

Versed es un trio caraqueño de rock que actualmente se encuentra promocionando su primer álbum "Visiones".

La banda presentó "Visiones" el 9 de Febrero del 2015, disco que caló con gran recepción a nivel nacional. Han presentado trabajos audiovisuales para sus sencillos El Peso Del Tiempo, Fui Libre, Lo Que Construimos, Aire y un cortometraje que comprende los temas El Mismo Error y Eres.

Con tan solo un año de formados, la banda realizó una gira nacional que los llevó a Caracas, Valencia, Maturín, Puerto Ordaz, Mérida y Acarigua, ser finalistas del Festival Nuevas Bandas y participar en condición de invitados en El Festival de Jazz de NaguaNagua (Estado Carabobo).

Actualmente la banda sigue girando el país, promocionando su disco Visiones y trabajando material para su futura placa discográfica.

Facebook: www.facebook.com/versedbanda

Twitter: www.twitter.com/versedbanda

Instagram: www.instagram.com/versedbanda

<http://www.soundcloud.com/versedbanda>

Fuente: Manager Versed

Recordatorio

Género: Rock alternativo.

Integrantes: Héctor Tosta, Pablo Mora, Luis Antonio Otamendi, Alvaro Casas, Armando Añez y Heberto Añez.

Contacto: Gustavo Casas gustavocasas@gmail.com

Recordatorio es un proyecto musical liderado por el cantautor venezolano Armando Añez. En julio de 2015 sale su álbum debut *Lógica Resbalosa*.

En septiembre de ese mismo año presentan por primera vez *Lógica Resbalosa* en vivo con un concierto a casa llena en el Centro Cultural BOD en la ciudad de Caracas.

Armando es conocido en la escena musical venezolana por su pasado con *Americania*, una de las propuestas más relevantes de los últimos años en la movida alternativa de su país, que se disolvió a principios de 2014.

Facebook: www.facebook.com/recordatorio91

Twitter: www.twitter.com/recordatorio91

Instagram: www.instagram.com/recordatorio91

<http://www.recordatorio91.com>

Fuente: Manager Recordatorio

Gaélica

Género: Folk / Pop.

Integrantes: Gabriel Figueira, Rubén Gutiérrez, Armando Álvarez, Victor Mora y David Lasca.

Contacto: Gabriel Figueira mundogaelica@gmail.com

Gaélica es una agrupación con influencias de música celta y world music. Un proyecto musical venezolano que explora la fusión de ritmos e instrumentos tradicionales y contemporáneos de distintas partes del mundo. Una búsqueda creativa, experimental y sin límites, que ha dado como resultado un concepto universal e innovador dirigido a todo tipo de público. Una puesta en escena dinámica, espontánea, fresca, llena de energía positiva y conexión con el público, Gaélica viene a plantear una alternativa novedosa y diferente en la escena musical actual.

Formada en el año 2001 y luego de realizar más de 200 presentaciones en diferentes ciudades del país, en 2005 Gaélica decide entrar al estudio para grabar su primer trabajo discográfico titulado “Ibérica&Latina”, un disco que reúne el sonido de la banda desde sus inicios hasta ese momento, obteniendo Disco de Oro al año de su lanzamiento.

En 2007 editan su segundo disco titulado “I/O”. Un disco mucho más ambicioso que el primero, un viaje a través de la música por diferentes sonoridades, ritmos, sensaciones y sentimientos.

Durante 2009 la banda realiza un viaje promocional a Europa para llevar su música por primera vez a España e Italia. A su regreso entran nuevamente al estudio para producir y grabar su tercer disco. Con la idea de crear un compendio de canciones navideñas interpretadas con el sonido característico de la banda y transmitir un mensaje de unión y tolerancia, sale a la luz en diciembre de ese año, “Paz, una Navidad Celta en Venezuela”.

Durante los años 2010, 2011 y 2012 Gaêlica centraría su carrera en cientos de exitosas presentaciones, así como importantes festivales de música. Esto mantuvo a la banda lejos del estudio de grabación y permitió a su vez que los principales miembros del grupo retomaran otros aspectos de sus carreras personales

En 2013, Gaêlica vuelve al estudio de grabación y se sumerge durante varios meses en la grabación de su nuevo album. Para mediados de año lanzan el tema “Brújula” como un primer adelanto de lo que será su nueva producción.

En 2014 la banda comienza un proceso creativo para lo que será su próximo álbum a ser lanzado en 2015.

Facebook: www.facebook.com/mundogaelica

Twitter: www.twitter.com/mundogaelica

Instagram: www.instagram.com/mundogaelica

<http://www.gaelica.net>

Fuente: Manager Gaêlica

ANEXO K

CARTA DE PRESENTACIÓN PARA PATROCINANTES



Caracas, 10 de febrero de 2016

Sres.-

EMPRESA

Presente.

Atención.-

PERSONA DE CONTACTO

Referencia: Propuesta de patrocinio del **Evento WARAIRA FEST** a celebrarse en Caracas el próximo 11 de Marzo de 2015.

El WARAIRA FEST es un evento cultural creado por iniciativa de estudiantes de la Universidad Monteávila cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario.

Desde el año 2009, el festival ha tenido el privilegio de ser la plataforma donde una cantidad considerable de agrupaciones actualmente reconocidas como Lebronch, Viniloversus, Rawayana, Famasloop, y Los Mesoneros, tuvieron la oportunidad de dar a conocer sus proyectos musicales por primera vez al público en general.

Inicialmente, el Waraira Fest fue pensado como una actividad interna de la universidad. Pero con el paso de los años, y las ediciones, fue ganándose el cariño de la audiencia hasta llegar al punto de ser reconocido como uno de los eventos más importantes del circuito de festivales universitarios y de la movida cultural caraqueña. Ha logrado un 90% de incremento en asistencia anual; en la última edición se contó con la presencia de más de 2300 personas, tomando en consideración al público asistente, las bandas, personal técnico e invitados especiales.

Paralelo a la trayectoria del evento, se fue formando y asentando un sólido equipo de producción, integrado tanto por estudiantes como por

egresados de la Universidad Monteávila. El WARAIRA FEST se ha convertido en una tradición para la comunidad umaísta.

Después de dos años de ausencia y siendo este año el último de nuestra formación académica hemos decidido llevar a cabo la tarea de realizar la **Quinta Edición del WARAIRA FEST** como nuestro *Proyecto Final de Carrera* en el área de la Comunicación Social.

Este año, la realización del festival tendrá como propósito la **recaudación de fondos** para un compañero de nuestra promoción que se encuentra actualmente luchando contra el cáncer. Su nombre es **Manuel Orellana**, y a sus 21 años fue diagnosticado con **Linfoma No Hodgkin** cuando le hallaron un tumor maligno que se alojaba entre sus pulmones. Manuel terminó su tratamiento de quimioterapia y radioterapia a principios de octubre, sin embargo, poco después de esto fue reingresado al hospital, esta vez por dos nuevos tumores en su cerebro que comprometen su vida. Existe un tratamiento innovador para este tipo de tumores: el trasplante de médula ósea. Pero este procedimiento es muy costoso y actualmente en Venezuela la difícil situación económica hace imposible a sus padres pagarlo.

Queremos ayudar a Manuel a vencer el cáncer para que pueda convertirse en un exitoso comunicador, y así logre alcanzar todas sus metas y sueños.

Así pues, acudimos ante ustedes con el fin de solicitar su apoyo en calidad de patrocinantes del **WARAIRA FEST 2016**, con lo cual la presencia y experiencia de su marca les brinda una brillante oportunidad para llegar de forma directa y masiva al público asistente.

Datos del evento:

Lugar: Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta Norte.

Fecha: 4 de Marzo de 2016

Horario: 3:00 PM – 10:00 PM

Capacidad máxima: 2500 personas

Consideraciones y atributos del evento para la marca

Target del evento: hombres y mujeres entre 18 y 25 años.

Nivel socioeconómico: A, B, C+

Público amante del ámbito cultural y musical.

Medios involucrados: La Mega Estación 107.3 FM, El Nacional, Cúsica, HoyQueHay, Revista OJO, Radio UMA, UMA TV, Hard Rock Café, más por confirmar.

Bandas Confirmadas:

San Tomé, Versed, B.I.D.A.I.A, La Pequeña Revancha, Gaélica, Recordatorio.

Para la realización de este evento calculamos un costo total aproximado de

Bs. 6.691.257,06 que incluye:

Honorarios de bandas invitadas, escenario, iluminación, sonido, backline, seguridad, baños portátiles, catering, montaje, publicidad del evento, staff especializado de producción (director técnico, operador de consola), ambulancia, estacionamiento, publicidad del evento, brazaletes y demás servicios necesarios para garantizar un evento de calidad y el disfrute de los asistentes.

Es por esto que sería de gran ayuda el poder contar con su apoyo a cambio de concesiones que pueden resultar beneficiosas para su compañía. Los montos presentados a continuación son negociables y pueden ser ajustados a conveniencia de su marca.

PLAN PICO NAIGUATÁ

Presencia en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).

Mención de la marca por parte del animador durante el evento.

Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento en la principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

Posibilidad de colocar un stand exclusivo de la empresa en el evento.

Posibilidad de colocar inflables/activos de la marca en los espacios abiertos del evento.

Presencia del logo de la marca en las torres laterales del escenario (Aprox. 6x1,22).

Presencia de promotores y material promocional a repartir durante el evento.

Cualquier actividad interactiva con el público desde el escenario en el evento.

Presencia del logo de la marca en la pantalla LED en backing del escenario.

Estamos abiertos a cualquier tipo de negociación o propuesta creativa por parte de la empresa.

Costo de la propuesta: Bsf. 700.000,00

PLAN PICO ORIENTAL

Presencia en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).

Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

Presencia del logo de la marca en la pantalla LED en backing del escenario.

Posibilidad de colocar inflables/activos de la marca en los espacios abiertos del evento.

Mención de la marca por parte del animador durante el evento.
Presencia de promotores y material promocional a repartir durante el evento.

Estamos dispuestos a establecer una propuesta de patrocinio adaptada a conveniencia de la marca.

Costo de la propuesta: Bsf. 500.000,00

PLAN PICO EL ÁVILA

Presencia en el material promocional del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).
Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.
Mención de la marca por parte del animador durante el evento.
Presencia de material promocional de la marca a repartir durante el evento.

Estamos dispuestos a establecer una propuesta de patrocinio ajustada a las necesidades de la marca.

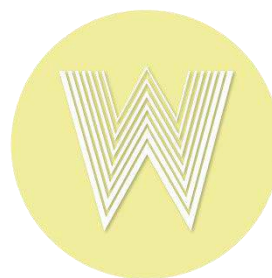
Costo de la propuesta: Bsf. 300.000,00

Finalmente queremos agradecerles de antemano su atención e interés. Estamos dispuestos a dialogar sugerencias o cambios relacionados con los planes ofrecidos para la participación de su compañía. Esperamos contar con la presencia de su empresa cuyo prestigio nos inspira la confianza y seguridad del éxito de este evento.

Puede contactarnos a través de:

Mariamilagros Molina +58 424 2352304
Elismar Plata +58 412 9735884
warairafest2016@gmail.com

Producción general del Waraira Fest
Universidad Monteávila



ANEXO L

MODELO DE CARTA DE AGRADECIMIENTO PARA PATROCINANTES



Caracas, 10 de febrero de 2016

Sres.-

EMPRESA

Presente.

Atención.-

PERSONA DE CONTACTO

En nombre de la producción general del Waraira Fest y la Universidad Monteávila, reciba nuestro agradecimiento por el valioso aporte que hizo posible la excelente realización de la Quinta Edición del Waraira Fest.

Igualmente queremos manifestarles que es un evento de gran importancia en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila y su apoyo para la debida realización fue de gran aporte para la producción general del evento.

Para nosotros fue un honor poder contar con su presencia y queremos hacer extensivo nuestro profundo agradecimiento. Esperamos seguir contando con éste durante las siguientes ediciones.

Sin nada más que agregar, se despiden;

Mariamilagros Molina

Producción general WarairaFest
+58 424 2352304

Elismar Plata

Producción general WarairaFest
58 412 9735884

warairafest2016@gmail.com

ANEXO M

BASE DE DATOS POSIBLES PATROCINANTES



WARAIRA FEST 2016

EMPRESA	NOMBRE PERSONA DE CONTACTO	CONTACTO
Polar	José Ricardo Di Guida	0414-1184004 jose.diguide@empresas-polar.com
Oscar Mayer	Cristina Rodríguez Sebastián Díaz	0414-3225501 patrocinio@oscarmayer.com 0414-2010722
Pepsi	Christopher Lozada	Christopher.lozada@empresas-polar.com
Huawei	Jorge Bolívar	0414-1818894 jorge.andres.bolivar@huawei.com
Movistar	Angie Porras Molina	0414-7086646 angie.porras@telefonica.com
Pepsico	Guillermo Prieto Daniela Díaz	0212-2028647 guillermoenrique.prieto@pepsico.com 0212-2028577
Ron Carúpano	María Amengual	0212-7538397 m.amengual@roncarupano.com
Ron Santa Teresa	Gabriela Ruiz	0212-6107753 patrocinios@ronsantateresa.com
Jacks	Carlos Ochoa	0414-2238846 cochoa@jacks.com
Samsung	Edwing Fuentes	0212-8211083 e.fuentes@samsung.com 0424-2829893
Nestea	María Matos	0212-8208488 mariamatos@venestle.com
Seguros Caracas	Maribel Ramos	0212-2099336 maribel.ramos@seguroscaracas.com
Bigott	Luis Sisco	luis_sisco@bat.com
Primor	Gustavo Méndez	temporal.gustavoe.mendez@empresas-polar.com
Club Social	MariaGraziaLandi	0414-3343919 maria.landi@mdz.com
Montserratina	Jessica Olivares	0212-8204337 jolivares@montserratina.com.ve 0212-8204300

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N

BASE DE DATOS PROVEEDORES PRIMERA FECHA



WARAIRA FEST 2016

SERVICIO	EMPRESA	CONTACTO
TARIMA ESTRUCTURAS ILUMINACIÓN Y SONIDO PERSONAL TÉCNICO	PROMONTAJE	0212-7531421 / promontaje@gmail.com
BRAZALETES	BRAZAVIP	0212-9591265 / ventas@brazavip.com
BAÑOS	DH SANITARIOS PORTÁTILES	0212-959.2863 / dhsanitarios@gmail.com
SEGURIDAD Y AMBULANCIA	PROX SEGURIDAD	0414-1277171 / correo@proteccionextrema.com
DISEÑO DE ARTES	HAUS DISEÑOS	Haus.proyectos@gmail.com
IMPRESIÓN ARTES	COPICENTRO	0212-2837957 / copicentro@Podergrafico.com
CONCESIÓN DE COMIDA	TEQUECHONGOS	0212-2566640 info@tequechongos.com
CONCESIÓN DE COMIDA	POLLOPOP	0212-2230255
CONCESIÓN DE COMIDA	JUANCHIS BURGER	juanchisburger@gmail.com
CONCESIÓN DE COMIDA	MONSERRATINA	0212-8204337/ jolivares@montserratina.com.ve

Fuente: Elaboración propia

ANEXO O

BASE DE DATOS PROVEEDORES REASIGNADOS



WARAIRA FEST 2016

SERVICIO	EMPRESA	CONTACTO
TARIMA ESTRUCTURAS ILUMINACIÓN Y SONIDO PERSONAL TÉCNICO	CVGB PRODUCCIONES C.A.	0414-3253277 / cvgbproducciones@gmail.com
BRAZALETES	CVGB PRODUCCIONES C.A	0414-3253277 / cvgbproducciones@gmail.com
BAÑOS	DH SANITARIOS PORTÁTILES	0212-959.2863 / dhsanitarios@gmail.com
SEGURIDAD Y AMBULANCIA	HIPROTECTION	0414-1277171 / Hiprotection@gmail.com
DISEÑO DE ARTES	HAUS DISEÑOS	Haus.proyectos@gmail.com
IMPRESIÓN ARTES	COLORPLUS	0212-2667750 / 0212-2650331

Fuente: Elaboración propia

ANEXO P

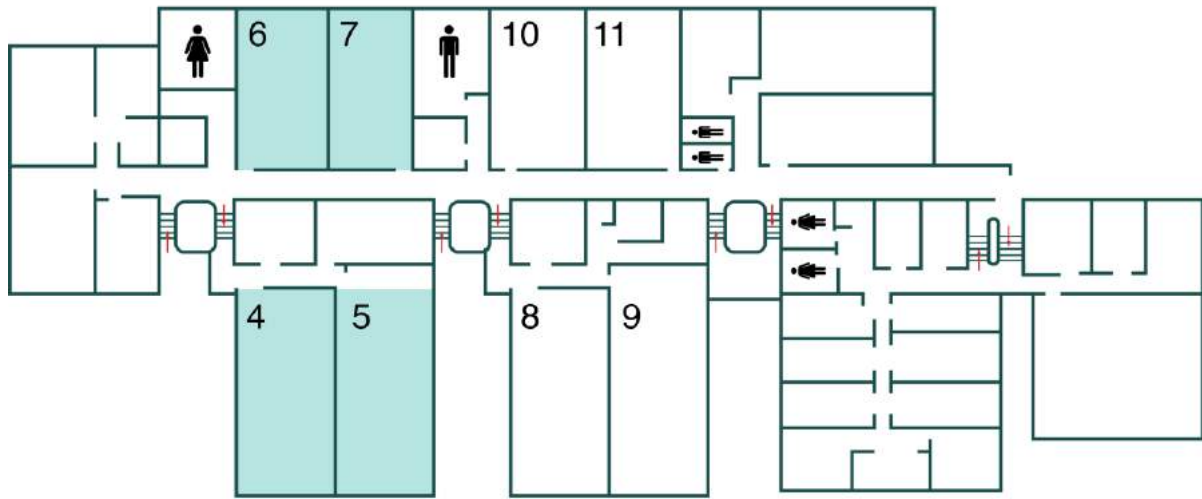
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES FECHA NUEVA

		WARAIRA FEST 2016															
		MESES															
		1				2				3				4			
		SEMANAS															
ACTIVIDADES		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	W	2	3	4
PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA																	
Definición equipos de comités		■															
Definición de requerimientos técnicos y estructura			■	■													
Solicitud de cotizaciones espacios UMA								■									
Solicitud de cotizaciones proveedores							■	■	■								
Cierre de presupuesto tentativo												■					
Reunión con concesiones de comida								■									
Pre-gira con proveedor de seguridad								■									
PARTICIPANTES																	
Selección de bandas participantes						■	■	■									
Solicitud de presupuesto								■									
Envío de carta de invitación								■	■								
Cierre de negociaciones								■	■	■							
Envío de reglamento informativo										■							
Envío carta de agradecimiento															■		
PATROCINIOS																	
Actualización base de datos de patrocinantes			■														
Envío de carta de patrocinio			■	■	■	■	■	■									
Reuniones con posibles patrocinantes						■	■	■	■								
Cierre de negociaciones								■	■	■							
Envío carta de agradecimiento															■		
PIEZAS GRÁFICAS																	
Definir piezas gráficas		■															
Solicitud de cotización de diseñador			■														
Presentación propuesta gráfica				■	■	■											
Correcciones propuestas gráficas						■	■										
Solicitud de cotización imprenta							■	■									
Impresión de piezas gráficas								■	■	■							
PERMISOLOGÍA																	
Solicitud de permisos a la UMA			■	■													
Envío de cartas a la Alcaldía							■	■									
Cierre de permisologías								■	■	■							
COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN																	

ANEXO Q

CAMERINOS

Planta Alta Edificio Sede



 SALONES RECOMENDADOS PARA CAMERINOS BANDAS

Fuente: Elaboración propia

ANEXO R

LISTADO PROTOCOLO



WARAIRA FEST 2016

PROTOCOLO	CANTIDAD
COMITÉ DE FINANZAS	
PUERTA DEL EVENTO	2
KIOSCO DE TICKETS DE CONSUMO	2
COMITÉ DE PARTICIPANTES	
PROTOCOLO DE BANDAS	6
CAMERINO 1	1
CAMERINO 2	1
CAMERINO 3	1
CAMERINO 4	1
CAMERINO DE PREVENIDOS	1
COMITÉ DE COMUNICACIONES	
ACREDITACIONES	1
MANTENIMIENTO E HIDRATACIÓN	1
COMITÉ TÉCNICO Y BACKSTAGE	
TARIMA	2
BACKSTAGE	1
SUPERVISIÓN DE ÁREAS Y BARTENDERS	
SUPERVISIÓN	2
BARTENDERS	16
TOTAL	38

Fuente: Elaboración propia

ANEXO S

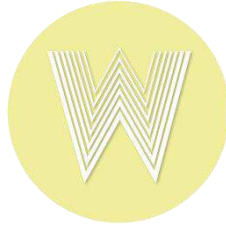
MODELOS DE TICKETS DE CONSUMO



Fuente: Elaboración propia

ANEXO T

RIDER TÉCNICO WARAIRA FEST



RIDER TÉCNICO WARAIRA FEST 2016

Estructuras y Tarima

- 01 Techo 10 x 10 Con Ground Support
- 02 Side Wings para colgar Audio
- 01 Truss de Soporte para Pantalla Leds
- 06 Motores 1 Ton.
- 01 Tarima 10 x 10 x 1.6 Vestida
- 01 Escalera
- 02 Sobretarimas de 2.44 x 2.44 x 0.50 Vestida
- 02 Áreas de Trabajo de 3.66 x 4.80 x 1.6 Techadas
- 01 FOH de 3.66 x 2.44 x 0.50 Techado
- 16 Metros de Barricada tipo MOJO

Audio

- 02 Consolas Digitales de Audio
- 16 JBL Vertec VT 4888 (Colgado)
- 08 JBL SRX 728 Subs
- 05 Racks Amplificacion Crown Itech HD
- 01 Rack Proceso
- 01 Snake – Splitter

- 10 Monitores de Piso SRX 712 / Eaw La 212
- 01 Monitor para Djs
- 02 Side Fills, con Subs
- 01 Microfonia, Mic Stands, DI y accesorios
- 02 Micrófonos Wless de Mano
- 02 Motores 1 Ton
- 02 Aviones
- 01 Distribución Corriente 110volt

Video

- 01 Pantalla de Leds P7 5 x 4
- 01 Procesador de Pantalla

Iluminación

- 14 Lámparas Automatizadas 1200
- 02 Atomic
- 12 Led Wash
- 02 Mini Brutos
- 01 Maquina de Humo
- 01 Consola Iluminación

ANEXO U

MODELO CARTA MODELO ESTACIONAMIENTOS



Caracas, día de mes de año

Señores, **NOMBRE DEL ESTACIONAMIENTO**

Atención- Sr, NOMBRE DEL ENCARGADO

Nos dirigimos a usted con motivos de solicitar el funcionamiento de las instalaciones del estacionamiento con horario extendido el día **fecha del evento**, por motivos de la realización de la quinta edición del Waraira Fest.

El Waraira Fest es un evento cultural creado por iniciativa de estudiantes de la Universidad Monteávila cuyo objetivo principal es promover el talento nacional emergente en medio del ambiente universitario. Como en años anteriores, este festival se realizará en las instalaciones de la universidad Monteávila y al no disponer de un espacio necesario para el estacionamiento de los asistentes, recurrimos una vez a que nos brinde sus servicios.

Anunciamos nuestra petición con antelación, dejándoles saber que el evento tendrá como hora de inicio las 3pm y la hora de cierre será a las 10pm, por lo tanto consideramos conveniente prestar sus servicios hasta las 10:30pm para el completo desalojo de los asistentes.

Agradecemos de antemano por su atención y servicios, se despiden cordialmente:

Elismar Plata / 0412. 9735884

Mariamilagros Molina / 0424.2352304

Warairafest2016@gmail.com

ANEXO V

DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO



ANEXO W

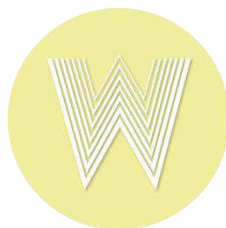
CRONOGRAMA DE MONTAJE Y DESMONTAJE

Se señala con color rojo el día del montaje o desmontaje y de color amarillo el día del evento.

MONTAJE Y DESMONTAJE WARAIRA FEST 2016		DÍAS		
		JUEVES	VIERNES	SABADO
MONTAJE				
Montaje de estructuras y tarima				
Montaje de pantallas Leds				
Montaje de lámparas automatizadas y consolas de iluminación				
Montaje de planta eléctrica				
Montaje de Backline				
Montaje de Display para DJ				
Montaje de barreras de seguridad				
Llegada y ubicación de baños				
Ubicación de puestos de comidas				
Ubicación de toldos para kiosco				
Desmontaje				
Desmontaje de estructuras y tarima				
Desmontaje de pantallas Led				
Desmontaje de lámparas automatizadas y consolas de iluminación				
Desmontaje de planta eléctrica, backline, Display para DJ				
Desmontaje de barreras de seguridad				
Retirada de los baños				
Retiradas de los puestos de comidas y toldos para kiosco				

ANEXO X

CRONOGRAMA PRUEBAS DE SONIDO



PRUEBAS DE SONIDO WARAIRA FEST 2016

Jueves 3 de marzo de 2016

Gaélica	6:00 pm
Recordatorio	7:00 pm

Viernes 4 de marzo de 2016

Pakalolo	8:00 am
San Tomé	8:30 am
Guacamayo Terca	9:00 am
B.I.D.A.I.A	9:30 am
Versed	10:00 am

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Y

PROGRAMA DEL EVENTO



PROGRAMA WARAIRA FEST 2016

Dj	3:00 pm – 3:30 pm (30 mins)
Bienvenida + Presentación (animadores)	3:30 pm – 3:40 pm (10 mins)
PAKALOLO	3:40 pm – 4:10 pm (30 mins)
Dj + animación	4:10 pm – 4:25 pm (15 mins)
GUACAMAYO TERCA	4:25 pm – 4:55 pm (30 mins)
Dj + animación	4:55 pm – 5:10 pm (15 mins)
VERSED	5:10 pm – 5:40 pm (30 mins)
Dj + animación	5:40 pm – 5:55 pm (15 mins)
SAN TOMÉ	5:55 pm – 6:25 pm (30 mins)
Dj + animación	6:25 pm – 6:40 pm (15 mins)
B.I.D.A.I.A	6:40 pm – 7:10 pm (30 mins)
Dj + animación	7:10 pm – 7:30 pm (20 mins)
RECORDATORIO	7:30 pm – 8:20 pm (50 mins)
Dj + animación	8:20 pm – 8:40 pm (20 mins)
GAÉLICA	8:40 pm – 9:30 pm (50 mins)

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Z

LOGOTIPO DEL WARAIRA FEST 2016

ISOTIPO



LOGOTIPO



ANEXO AA

AFICHE DE RECLUTAMIENTO DE PROTOCOLO Y COMITÉ DE ORGANIZACIÓN

Universidad Monteavila
RIF: J-30647247-9

**FORMA PARTE DE LA
5TA EDICIÓN**

**WARAIRA
FEST**

PROTOCOLO

COMITÉ ORGANIZADOR

CONTACTO

MARIAMILAGROS MOLINA
0424-2352304
MARIAMILAGROS.MOLINA@GMAIL.COM

ELISMAR PLATA
0412-9735884
ELISMAR_42@HOTMAIL.COM

Fuente: Elaboración propia

ANEXO AB

AFICHE TEASER



ANEXO AC

AFICHE PROMOCIONAL

WARAIRA FEST
QUINTA EDICIÓN

4/03/2016

PAKALOLO / GUACAMAYO TERCA
RECORDATORIO / GAËLICA
SAN TOMÉ / B.I.D.A.I.A / VERSED

 **Universidad Monteávila**
RIF: J-30847247-9 FINAL AV. EL BUEN PASTOR. BOLEITA NORTE

HORA
3:00 PM A 10:00 PM

 @Warairafest  Waraira Fest **#ElWarairaEstáDeVuelta**

SE RESERVA EL DERECHO DE ADMISIÓN. PROHIBIDO EL PORTE DE ARMAS Y DROGAS

ANEXO AD

INFOGRAFÍAS

INFOGRAFÍA 1



**WARAIRA
FEST**

RECOMENDACIONES

**ADQUIERE TUS
ENTRADAS EN PRE-VENTA**

LLEVA EFECTIVO

CUIDA LAS INSTALACIONES

**VE CON TUS PANAS
EN UN CARRO**

**ESTACIONAMIENTO
LIMITADO**

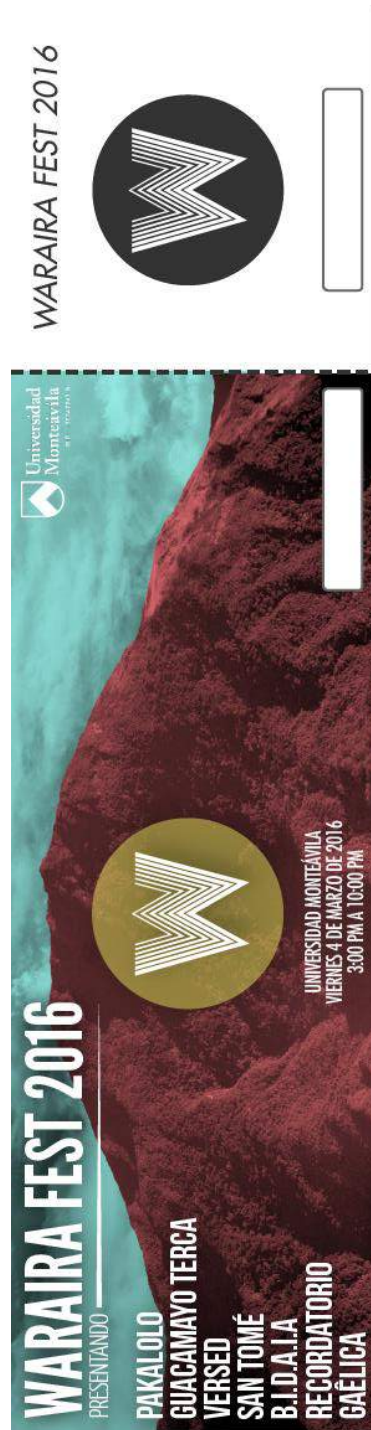
U N I V E R S I D A D M O N T E Á V I L A

INFOGRAFÍA 3



ANEXO AE

ENTRADA



The image shows a vertical ticket stub for Waraira Fest 2016. The top half of the stub features a dark background with a teal sky and a red, rocky landscape. The text 'WARAIRA FEST 2016' is written vertically in large white letters. Below it, the word 'PRESENTANDO' is followed by a list of artists: PAKALOLO, GUACAMAYO TERCA, VERSED, SAN TOMÉ, B.I.D.A.I.A, RECORDATORIO, and GAÉLICA. A circular logo with a stylized 'W' is positioned in the center. The bottom right corner contains the event details: 'UNIVERSIDAD MONTEAVILA' and 'VIERNES 4 DE MARZO DE 2016 3:00 PM A 10:00 PM'. The University of Montevideo logo is in the top left corner. The bottom half of the stub is white and contains the text 'WARAIRA FEST 2016' and a circular logo with a stylized 'W'. A white rectangular area is present at the bottom right, likely for a QR code or barcode.

WARAIRA FEST 2016

UNIVERSIDAD Montevideo

WARAIRA FEST 2016

WARAIRA FEST 2016

ANEXO AF

IMÁGENES DE AGRUPACIONES PARA REDES SOCIALES





ANEXO AG

PRESUPUESTO

CATEGORIA	DESCRIPCIÓN	INGRESO	CTA. X COBRAR	EGRESO	CTA. X PAGAR
PRODUCCIÓN	Gastos producción				45.000,00
	Seguridad y ambulancia				569.085,00
	Brazaletes				236.400,00
	Baños portátiles				109.760,00
	Impresión Publicidad/entradas				240.360,00
	Toldos				150.000,00
	Catering producción				50.000,00
	Diseño de artes				15.000,00
TALENTO	PAKALOLO				8.000,00
	GUACAMAYO TERCA				0
	SAN TOME				20.000,00
	B.I.D.A.I.A				20.000,00
	VERSED				14.000,00
	RECORDATORIO				370.000,00
	Gaelica				750.000,00
DJ	DJ MELCHOR				12.000,00
MONTAJE	Estructuras y tarima				780.500,00
	Sonido				700.000,00
	Pantallas				330.000,00
	Iluminación				730.000,00
	BACKLINE				190.500,00
MISCELÁNEOS	Pantalla eléctrica				130.000,00
	Chaquetas				45.500,00
	Radios comunicaciones				18.000,00
	Estructura Backing fotográfico				32.500,00
	Pilas, tirro, impresiones, ty-rap				65.000,00
SELEKTOR	Discplay para Dj				45.500,00
PERSONAL TÉCNICO	Coordinador de Montaje				50.000,00
	Stage Manager				45.000,00
	Operadores Audio Main y Monitores				30.000,00
	Operador Iluminación				15.000,00
	Operador de Pantalla de Leds				15.000,00
	Técnicos de Backline				24.000,00
	StagesHands				24.000,00
	Dj / Selektor				20.000,00

	Vj				20.000,00
	Fotógrafo				20.000,00
	Comunicadores especiales				35.000,00
ESPACIOS UMA	Estacionamiento				4.000,00
	Salones y baños				4.000,00
	Oficina Recursos Humanos				1.000,00
	Concesionario Date Aquí				2.000,00
HIDRATACIÓN	Pepsico	Post-evento			
	Polar	Post-evento			
Ventas	Pre-venta	Post-evento			
	Entradas Waraira	Post-evento			
	Refrescos y agua	Post-evento			
	Kiosco Polar	Post-evento			
Monto Impositivo					5.985.605,00
- Espacios UMA					5.974.605,00
IVA 12%					716.652,06
Monto Total					6.691.257.06

*Las celdas en gris indican que los espacios UMA fueron donados por la Universidad.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO AH

LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RADIO	La Mega 107.3FM
	Circuito X 89.7FM
	Hot 94.1FM
	Melodía Estéreo 93.5FM
	Líder 94.9FM
MEDIOS IMPRESOS	Últimas Noticias
	El Universal
	El Nacional
REVISTAS	Revista Etiqueta
	Revista Ronda
	Revista Ojo
	Revista Bravísimo
	Revista Hola
MEDIOS DIGITALES	Guayoyo en letras
	Hoy Que Hay
	La Mega Web
	Rumba Caracas
	El Nacional Web
	Últimas Noticias Web
	El Universal Web
	CochinoPop
	Planeta Urbe
	Oidos Sucios
	Tal Cual Web
	Tutupash

Fuente: Elaboración propia