

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2017-2018

X EDICIÓN PUBLICATESSEN

Festival Publicatessen Junta Directiva

GENMA GONZÁLEZ VICENTE

ROBERTO VELAYOS CONEJERO

María Aurora López López

SEGOVIA, JUNIO 2018

ÍNDICE

1	Introducción.....	1
1.1	Trabajo realizado.....	1
1.2	Publicatessen.....	1
2	Justificación del tema.....	3
3	Organización de Publicatessen.....	5
3.1	Todos los departamentos.....	5
3.2	Descripción del departamento Junta Directiva.....	7
4	Preparativos.....	8
5	Objetivos.....	9
5.1	Completar aforo en jornadas ✓.....	9
5.2	Completar aforo de la gala ✓.....	9
5.3	Conseguir la mayor participación en todas las categorías ✓.....	9
5.4	Tener el mayor número posible de categorías ✓.....	9
5.5	El buen funcionamiento del equipo de la X Edición ✓.....	9
5.6	Conseguir proyección nacional ✓.....	10
5.7	Conseguir proyección internacional ✓.....	10
5.8	Obtener una respuesta positiva por parte de nuestro público ✓.....	10
5.9	Ver a la universidad implicada en nuestro Festival ✓.....	10
6	Estrategias.....	11
6.1	Conseguir una buena comunicación entre todos los departamentos y la junta directiva.....	11
6.2	Identificar nuestro festival con el tema, logo y cartel.....	11
6.3	Darnos a conocer a un mayor público.....	11
6.4	Vincular Segovia con Publicatessen.....	12
6.5	Realizar actividades atractivas al público.....	12
7	Acciones.....	13
7.1	Reuniones.....	13
7.2	Elección de tema, logo y cartel.....	13
7.3	Categoría interuniversidad y profesores.....	16

7.4	Colaboraciones	17
7.5	Presentación del festival a todos los cursos	17
8	Desarrollo	18
8.1	Resultados	18
9	Conclusiones.....	19
9.1	Nuevas propuestas.....	20

1 Introducción

1.1 Trabajo realizado

El presente trabajo tiene por objeto la realización de una memoria que hable de la organización del Festival Publicatessen por parte de la Junta Directiva, representada en la elaboración de este trabajo por dos de sus miembros.

En la posterior memoria, explicamos qué es el festival, en que consiste, como se lleva a cabo su organización y las conclusiones sacadas tras la participación de forma activa en esta iniciativa en su X Edición.

Esta memoria tiene como objetivo dar a conocer el festival y dejar más claro como funciona desde dentro. Publicatessen es una iniciativa que en su 10º aniversario ha experimentado cambios y ha crecido. También ha hecho crecer a nivel personal, académico y laboral a todas aquellas personas que han podido y querido formar parte de esta gran organización.

1.2 Publicatessen

Publicatessen es un festival publicitario único en España.

Su característica diferenciadora radica en que este festival está organizado por los alumnos que cursan 4º del Grado Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Valladolid, Campus de Segovia “María Zambrano”. Este año, 2018, ha sido un año especial, además de por ser el X aniversario del festival, por primera vez los alumnos del Programa de Estudios Conjunto de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo han participado de forma activa dentro del festival, incluyendo entre sus participantes a nuestro Presidente.

Además de ser un festival hecho por alumnos su público también son los alumnos, es un evento por y para los estudiantes. En él se organizan diversas actividades del ámbito de la publicidad, la comunicación el marketing y las relaciones públicas.

La duración del festival es de cuatro días. Lunes, martes, miércoles se realizan las jornadas y los talleres y el jueves se concluye con la gran Gala. A parte de estas actividades, las centrales del festival, a lo largo del curso se realizan algunas más para crear un sentimiento “Publicatessen” entre nuestro público.

El objetivo de este festival es intentar acercar a los alumnos los mejores profesionales del sector publicitario nacional, además de las nuevas técnicas y plataformas con las trabajar. Traer la realidad publicitaria al área académica.

2 Justificación del tema

Cuando iniciamos la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas en Segovia, uno de nuestros objetivos personales era formar parte de la organización del festival Publicatessen que se realiza en nuestra facultad.

Desde primero sabes lo que es Publicatessen, y según van avanzando los cursos ves cómo se va acercando tu momento, y mientras tanto lo que haces es tomar notas sobre posibles mejoras y sobre aquellas cosas que han salido genial. Todo para que en tu año no falle nada.

Publicatessen es “un festival universitario en el que se organizan diversas actividades del ámbito de la publicidad, la comunicación, el marketing y las Relaciones Públicas. Publicatessen es una asociación sin ánimo de lucro” (Festival Publicatessen, 2015). Por tanto, estamos ante un festival por y para alumnos, que tiene como fin “fomentar la creatividad publicitaria y dar a conocer la publicidad a la población interesada.” (Festival Publicatessen, 2010).

Publicatessen es la semana del año para los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, una semana fuera de las clases, con charlas y talleres de profesionales de este mundo. Diferentes agencias y algunos freelance vienen a mostrarnos la realidad del sector, con sus trabajos y consejos.

Estas diferentes actividades han sido propuestas y organizadas por los propios alumnos de 4º de grado, para alumnos y también para profesores. Antes de esta la semana de la publicidad se intentan realizar multitud de actividades, para crear el sentimiento Publicatessen en nuestro público y para recaudar dinero, fiestas, paellas, juegos... Durante la semana mencionada anteriormente charlas y talleres durante tres días y el último día se culmina con la gala del Festival Publicatessen. Esta gala es un momento esperado por todos, un momento para vestirse de gala y donde se puede disfrutar de las piezas nominadas en las diferentes categorías del festival. Y tras ello, el cocktail, un momento ya para disfrutar, reír, y por qué no, llorar. Pero también hay que decir, que Publicatessen empieza mucho antes, allá por octubre en nuestro caso.

Tras realizar Publicatessen y formar parte de su organización, empiezas a entender a los compañeros de otros años y su explicación de qué es esto. Es mucho trabajo, mucho agobio, mucho “no llegamos”, muchas dudas, pero también es mucha la satisfacción tras el festival.

Una de las frases que más se dice es “merece la pena”. Y sí, lo merece. Merece la pena el esfuerzo de crear un evento casi desde cero, con ganas de que salga bien, y con esa misma duda que tenemos desde un principio “¿Les gustará?, ¿lo estaremos haciendo bien?”. Pero al final, acaba saliendo bien.

En definitiva, Publicatessen nos da a los alumnos la oportunidad de realizar un trabajo real, de realizar un evento que, dicho en palabras de algunos ponentes, es una de las cosas más difíciles de nuestro sector. Además te permite trabajar en equipo, este es un grupo de personas

muy grande.

Publicatessen, a su vez, es aquello de lo que presumes y es aquello por lo que merece la pena volver a juntarse. Porque durante todo el periodo de preparación del festival, y después de tantas reuniones, se establecen, en muchos casos, unos lazos de amistad increíbles.

Publicatessen *is all in*.

3 Organización de Publicatessen

Para organizar el festival Publicatessen año tras año se pasa el testigo de una promoción a otra. La promoción saliente del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y este año, 2018, por primera vez en la historia 4º curso de la I Promoción del PEC de Publicidad y relaciones Públicas y Turismo se encargan de organizar la X Edición de Publicatessen. Lo primero son las elecciones para formar la Junta Directiva.

Lo siguiente es la toma de contacto con Publicatessen de forma real, aquí es cuando realmente es importante esa toma del testigo que habíamos mencionado antes. Se realiza una reunión con la junta del año anterior, y se hace el traspaso de poder, que más tarde se tramita de forma oficial en las oficinas que sean pertinentes y por supuesto en el banco de una tesorera a otra.

La primera reunión que se realiza, el día del recuento de votos, se fijan los miembros de cada departamento y los coordinadores del mismo. A esta formación de departamentos le precede una pequeña explicación de los departamentos que se van a formar.

En esta X Edición del Festival Publicatessen se formaron un total de 9 departamentos.

1. Junta Directiva
2. Departamento de Comunicación
3. Departamento de Diseño
4. Departamento de Gala
5. Departamento de Jornadas
6. Departamento de Patrocinio
7. Departamento de Protocolo
8. Departamento de RSC
9. Departamento de Tardecitas

3.1 Todos los departamentos

Los departamentos que antes hemos mencionado estaban en su mayoría coordinados por un profesor que ayudaba a los coordinadores de los departamentos que les guiaban y daban su ayuda en todo lo que necesitaban. Además Marian Núñez y Alberto Martín coordinaron el

departamento de Junta Directiva y lo ayudaron en todas las dudas, actuaron en los momentos más importantes para ayudar a solucionar problemas de gran relevancia.

Cada departamento tenía la siguiente lista de alumnos integrantes al componerse estos, siendo los tres primeros coordinador, subcoordinador y secretario respectivamente.

	Junta Directiva	
	Jesús David Ponga Sánchez	
	Genma González Vicente	
	Roberto Velayos Conejera	
	Cristina Garzón Machín	
	Carmen Conte Peralta	
Departamento de Comunicación	Departamento de Jornadas	Departamento de Patrocinio
María Rodríguez Gascón	Sara Allende García	Laura de Pedro Maté
Francisco García Mejías	Adriana Sánchez Verano	Mohammed Sainy Sabil
Adrián García Morales	Álvaro Rodríguez del Pozo	Cristián Sánchez Ortega
Andrea Tola Laguna	Cristina Pardo Vázquez	Esther Muñoz Blanco
Elia Prieto Araujo	Daniel Cuesta Jiménez	Fernando San Martín San Pedro
	Daniel San Eusebio Tejedor	Laura Álvarez de la Arena
Departamento de Diseño	Diana Tejedor García	
Eduardo Luis Senovilla de Pablos	Irene Barrientos Sánchez	Departamento de RSC
Javier González Alonso	Laura Pérez	Ana Nieto Bravo
Laura Fernández Catalina	Luz María López Zarco	Manuel Toribio Velázquez Lorenzo
Isabel Topham	Marta Rodríguez Montero	
Jaime Falcón	Marta Torres Estévez	Departamento de Tardécitas
Laura Martín Alonso	Mercedes Alarcón Calzado	Valvanera Gómez Saralegui
Santiago Medina Jaime	Óscar Alonso Lozano	María José Guerra Perona
	Óscar Ros Segarra	Cristina Alonso González
Departamento de Gala	Patricia Mateos Alonso	Ignacio Torres Cuesta
Sara Prendes Valdés	Sandra García García	María Pedrayes San Miguel
María Moreno Topete		Miriam García Verdugo
Alba Sánchez Aguado	Departamento de Protocolo	Nicolás Rodríguez Crespo
Ana Oliveira Gómez	Alvaro Acevedo Comesaña	Raquel Revilla Benito
Carla Martínez Iglesias	Laura Luaces Rodríguez	Rubén Costalago Serrano
Carmen García Molina	Virginia Pérez Casado	
Raquel Conde Martínez		
Silvia Pardo Sanz		

Nº1. Participantes en cada departamento. Fuente: elaboración propia

3.2 Descripción del departamento Junta Directiva

Todo Festival Publicatessen empieza con la elección del presidente. Ese es el primer paso, tras este, viene la creación de la Junta Directiva y de todos los departamentos con sus respectivos coordinadores. La Junta Directiva está formada por el presidente, vicepresidente, secretario, vicesecretaria y tesorera.

“La coordinación se lleva a cabo a través de la Junta compuesta por presidente/a y vicepresidente/a, un tesorero/a y dos secretarios/as; y los coordinadores y secretarios de los siguientes departamentos: Diseño y Arte, Patrocinio, Jornadas, Tardecitas, Gala, Protocolo, Comunicación y RSC.”

El departamento en el que nosotros hemos formado parte es el de Junta Directiva. La Junta Directiva debe incluir tres dimensiones: la organizacional, la estratégica y la financiera.

La dimensión organizacional trata de nombrar y determinar los roles a cada persona de Publicatessen. La dimensión estratégica consiste en crear una estrategia, la cual tiene que aplicar el equipo, y después realizar un seguimiento de la misma con motivo de visualizar si se está realizando correctamente. Por último, en lo relacionado a lo financiero, realizar un presupuesto inicial e ir haciendo un seguimiento de posibles ingresos y gastos, para que de esta forma en ningún momento se nos vayan los gastos, teniendo en cuenta que Publicatessen cada año debe de dejar dinero, y que a su vez, cada año, va mejorando económicamente.

4 Preparativos

El inicio de la décima edición de Publicatessen fue el 17 de octubre de 2017 con las votaciones para el presidente y la repartición de personas en los diferentes departamentos.

Tras la presentación de 4 candidatos a estas elecciones se llevaron a cabo las mismas. Las personas que pueden votar en estos comicios son los alumnos de matriculados en las asignaturas de 4º del Grado en Publicidad y RRPP en el Campus María Zambrano. De forma presencial votan aquellos alumnos que cursan este año, 2017, presencialmente en el campus y vía correo electrónico aquellos que se encuentran por alguna circunstancia justificada ausentes del campus, Senecas, Erasmus o por prácticas por ejemplo.

El mismo días de las elecciones tras el cierre de la mesa electoral, situada en el ágora, se prosiguió con el recuento de votos en presencia de los 4 candidatos y demás personas con ganas de involucrarse en el festival. En primer lugar se recontó la urna presencial y después se recontaron los vía online. Tras esto se obtuvo el nombre del presidente de la X Edición Publicatessen: Jesús David Ponga primer clasificado en la votación, la segunda clasificada la vicepresidenta y el tercer clasificado se convirtió en el secretario de la edición. Tras componer la Junta Directiva: presidente, vicepresidenta, secretario, vicesecretaria y la tesorera.

El siguiente paso fue continuar creando los demás departamentos, a los allí presentes se les preguntó en qué departamento les gustaría participar, se agrupó a las personas interesadas por departamentos y entre ellos se postularon los que querían ser los coordinadores de departamento, de manera democrática, con votos a mano alzada, se eligió a cada uno de los coordinadores y subcoordinadores de los 8 departamentos restantes.

Y así comienza publicatessen y nace la familia de la X Edición.

5 Objetivos

Los objetivos de este festival son cada año muy parecidos, básicamente:

5.1 Completar aforo en jornadas ✓

Llenar las plazas que, en este caso, nos proporciona la Universidad de Valladolid ,en concreto, el Edificio del Vicerrector Santiago Hidalgo, es muy importante para reafirmar a este festival como el más importante en España hecho por y para alumnos.

5.2 Completar aforo de la gala ✓

Del mismo modo que en jornadas este objetivo sirve para reafirmar la importancia de nuestro festival, ya que completar afora simboliza lo atractivo que es nuestro festival para nuestro público objetivo.

5.3 Conseguir la mayor participación en todas las categorías ✓

En coherencia con los dos anteriores, este objetivo simboliza la atracción que este festival posee para que la gente invierta su tiempo en participar en el mismo.

5.4 Tener el mayor número posible de categorías ✓

Simbolizando la importancia de la búsqueda de colaboradores, es decir, este objetivo significa que no solo nosotros creamos categorías propias sino que hay empresas externas que se interesan por formar parte de la familia Publicatessen

5.5 El buen funcionamiento del equipo de la X Edición ✓

Este es el objetivo básico, si la familia Publicatessen funciona el festival funciona y sale adelante.

5.6 Conseguir proyección nacional ✓

A parte de que todo Segovia sepa lo que es Publicatessen somos más ambiciosos y queremos que este festival llegue a los oídos de otras universidades españolas. Además de agencias de publicidad, futuro de muchos de los participantes.

5.7 Conseguir proyección internacional ✓

En línea con el anterior llegar más allá de las barreras nacionales, consiguiendo darnos a conocer en universidades exteriores y por qué no en un futuro empresas internacionales.

5.8 Obtener una respuesta positiva por parte de nuestro público ✓

Que nuestro público se vea implicada desde el principio, se sienta motivado a participar en nuestro festival y se interese por los contenidos que este genera, es decir, por las actividades.

5.9 Ver a la universidad implicada en nuestro Festival ✓

Que se hable de Publicatessen por las aulas de la universidad y que todos los cursos conozcan este festival, todos sabemos en cuarto lo que es Publicatessen pero es importante que desde las bases se conozca nuestro festival.

6 Estrategias

6.1 Conseguir una buena comunicación entre todos los departamentos y la junta directiva.

La comunicación entre todo el equipo de Publicatessen X Edición es de vital importancia para el buen “gobierno” del propio festival. Por ello, es necesario estar en una misma dinámica en todos los aspectos del festival.

Es aquí donde los coordinadores de cada departamento tendrán una gran importancia, siendo ellos quienes nos pueden informar realmente de lo que sucede en el día a día de su departamento. Esto es de vital importancia para que la junta directiva pueda saber cómo se está operando en los distintos niveles de Publicatessen.

6.2 Identificar nuestro festival con el tema, logo y cartel

Festival Publicatessen año tras año cambia de tema, y por tanto también de logo y cartel. Durante todos los meses antes del festival son unos de los aspectos visibles del propio festival. Por lo tanto, es importante que los tres, y sobre todo el tema (que es el que da lugar al logo y cartel) tenga sentido y sea acorde al festival y al grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

6.3 Darnos a conocer a un mayor público

Uno de los aspectos más importantes que teníamos en la cabeza era llegar a un mayor público, ser más conocidos. Publicatessen es muy conocido, y muy valorado, en Segovia. Profesores, alumnos, universidad e instituciones se vuelcan y ponen todo lo posible de su parte para que este proyecto, año tras año, salga adelante. Pero al final, lo que ocurre es que se queda solo en Segovia, que no está nada mal, pero queríamos llevar a Publicatessen a un siguiente escalón.

6.4 Vincular Segovia con Publicatessen.

Diez años de Publicatessen han sido posibles gracias a lo ya comentado antes, profesores, alumnos, y las instituciones y diferentes proyectos que se realizan en Segovia y que ayudan al festival cada uno dentro de sus posibilidades.

Para el festival es de vital importancia contar con este apoyo, porque sin él todo sería mucho más difícil, ya no solo económicamente sino también a la hora de conseguir espacios para la realización de, por ejemplo, la gala.

6.5 Realizar actividades atractivas al público

El hecho de elaborar un calendario completo con actividades cada semana hace que Publicatessen esté presente en el día a día de la universidad y por ello de los alumnos que son nuestro público objetivo. Esta estrategia sirve para que Publicatessen esté presente desde el principio entre el alumnado y nuestro público sepa que estamos aquí para intentar hacer el mejor Publicatessen y así complacerlos.

7 Acciones

7.1 Reuniones.

Para conseguir esa buena comunicación entre todo el equipo se realizó, primero, un grupo de whatsapp donde estaban la junta directiva y los coordinadores de todos los departamentos. Con ello buscábamos tener un lugar de contacto en cualquier momento. De esta forma, serían los propios coordinadores los que darían las noticias, datos, etc que se dijera desde la junta directiva. A su vez, es una forma de tener un contacto constante, sin tener q buscarnos en persona y demás.

Pero además, y para todo el equipo de Publicatessen, donde incluimos profesores, realizamos durante meses diferentes reuniones, para resolver dudas generales, para realizar brainstorming, etc. En estas reuniones, de la misma forma, se intentó dejar claro varios aspectos claves: “Lo interno no se publica”, “No se hace público hasta que Publicatessen -comunicación- lo publica”. Al final, son algunos aspectos claves, que deben de quedar claro, para el buen funcionamiento de todo el festival tanto internamente como externamente.

7.2 Elección de tema, logo y cartel

El inicio de Publicatessen, como tal, empieza el día de que se elige el tema. Es aquí donde todos los departamentos empiezan a funcionar. Todo alrededor del tema escogido.

Fueron quince los temas que se presentaron:

- Comunicación sostenible
- Below the line
- ¿Cómo suena cumplir 10?
- Brief Life
- Rebranding
- We are content
- Impact: Big data y creatividad
- The X factor

- 10 años enamorados de la publicidad
- Nice to brief you
- XVertainment
- (Des)conexión
- Experience
- Publicapptessen
- Storydoing

Aquellas personas que podían votar el tema eran los alumnos de 4º de grado de Publicidad y Relaciones Públicas, incluidos erasmus y sicues.

El día 8 de noviembre se procedió a la votación del tema de la X edición de Publicatessen, en el horario de 10:00 a 13:00 y de 16:00 a 19:00. A las 19:30 se procedió al recuento por parte de la Junta Directiva, con el siguiente resultado:

- 10 años enamorados de la Publicidad: 12 votos
- We are content: 9 votos
- (Des)conexión: 9 votos
- Nice to brief you: 9 votos.
-

Por tanto, el tema ganador y por el cual fue el tema oficial de la X edición de Publicatessen fue “10 años enamorados de la Publicidad”.

El tema ganador es un tema abierto, que nos permite abarcar muchos temas al no “especializarse” uno (ej. diseño), además de dejar claro la importancia que tiene Publicatessen en nuestra carrera, haciendo que nos enamoremos, aún más, de la publicidad.

Teniendo ya el tema, lo que venía después era el logo y cartel. El logo se votó el 20 de noviembre, imprimiendo todos los logos y poniéndoles en ágora del campus. Tras votar, resultó ganador un logo que desde la junta y los diferentes departamentos se consideró plagio, y es por ello que se procedió a otra votación entre los 4 logos siguientes, que estaban empatados a puntos. Esta última votación fue realizada por los coordinadores y junta directiva de la X edición, con el resultado de la victoria del logo 14.



Nº2. Logo ganador. Fuente: Publicatessen 2018

Este logo finalmente, sufrió alguna modificación, para adaptarlo a nuestro festival, dando lugar a:



Nº2. Logo ganador modificado. Fuente: Publicatessen 2018

Por último se realizó la votación del cartel, el 12 de febrero, donde se pudo ver un resultado muy claro siendo el ganador el cartel nº12 con una mayoría aplastante.



Nº2. Cartel ganador. Fuente: Publicatessen 2018

Teniendo el tema, el logo y finalmente el cartel, se tienen las tres primeras categorías del festival, ya su vez, se obtiene en cierta manera la esencia de la X edición.

7.3 Categoría interuniversidad y profesores.

La categoría interuniversidades muy importante para ir más allá de nuestros límites, para llevar a cabo esta categoría es muy importante tener en cuenta la ayuda que los profesores nos proporcionan para contactar con otras universidades. Claro está que la comunicación en redes sociales es también importante para ello, pero no siempre funciona de la manera correcta para conseguirlo.

En la categoría interuniversidad puede participar cualquier alumno de cualquier universidad, ya sea española o internacional. En ella tienen que presentar su universidad, promocionarla, a través de un truco original e inédito. Otros años nos encontrábamos con que esta categoría obtenía una única presentación, o dos, siendo, además, universidades españolas.

Este año la cosa cambió, y nos hemos encontrado con 9 presentaciones a esa categoría. Y lo mejor, ya no solo desde España, sino también desde el extranjero, más exactamente desde Sudamérica. Un gran hito para este festival.

Y es aquí donde nos encontramos con el vital apoyo de los profesores. Es un hecho que gracias a ellos podemos sacar todo el festival adelante, pero ya no es sólo eso, sino que también son los que hacen que este festival sea más y más conocido. Ellos conocen a mucha más gente que nosotros, sobre todo fuera de este campus, y el conocido boca - oído hace que Publicatessen sea conocido en más lugares. En el caso anterior, la categoría interuniversidad llegó a México gracias a un profesor, que se puso en contacto con otra profesora de allí.

Es por ello, que una vez más, remarcamos la importancia de los profesores, ya no solo ayudándonos en el propio festival, sino también poniéndose en contacto con otros profesores y hablarles de Publicatessen, y hacer que todo esto, cada vez sea más grande e importante.

7.4 Colaboraciones

Segovia es una ciudad especial, y en el cual se crea un fuerte vínculo entre compañeros e incluso profesores. A su vez, recibimos un apoyo grande por parte de las instituciones segovianas y la UVa.

Es por ello, que desde Publicatessen hemos querido también ayudarles en algo, porque si les ayudamos, haremos que estos proyectos, instituciones, etc sigan apoyando a Publicatessen y sigan creyendo en nuestro proyecto.

Algunas de nuestras colaboraciones fueron:

- Donación de ropa sobrante del mercado realizado en el ágora a Cáritas Segovia.
- Colaboración de 30 personas del equipo de Publicatessen en la VII Carrera Monumental Cébé-Powerade ciudad de Segovia
- Colaboración de 20 personas del equipo de Publicatessen en el Duatlón Segovia.
- Colaboraciones con diferentes librerías de Segovia para la venta de libros en el ágora del campus.
- Colaboración con diferentes bares, tanto para las jornadas, como para algún evento anterior desarrollado por Publicatessen o por los propios bares.

7.5 Presentación del festival a todos los cursos

Realizar pequeños coloquios al principio de la organización del festival, octubre-noviembre, para que todos los cursos sepan que ya estamos activos, es decir, presentarnos ante nuestro público. Desde 1º hasta 3º para implicar a todos los alumnos y que conozcan el festival en caso de que todavía lo desconozcan. Cada reunión tenía matices diferenciales basados en el curso en el que estos se daban, puesto que los de 1er curso apenas conocían el festival y con ellos la charla era totalmente informativa acerca de que era nuestro festival.

8 Desarrollo

8.1 Resultados

Conseguimos completar el aforo de jornadas. En esta ocasión con la mayor rapidez de todos los años, en tan solo 17 minutos, desde la hora de apertura de la venta de las entradas para las jornadas, conseguimos el “*sold out*” un gran honor gracias al trabajo del departamento de jornadas, que lograron crear un cartel que atrajo a los alumnos a apuntarse y también gracias al prestigio de las jornadas de este festival.

Además también añadir que los alumnos y ponentes que salían de las jornadas y los talleres lo hacían con una sonrisa en la cara, con lo cual se pueden valorar de forma satisfactoria las ponencias y los talleres más prácticos tanto por parte de los ponentes como de los oyentes.

La vuelta de la gala al Teatro Juan Bravo, hizo que este festival contara con este espacio que pone la guinda a este evento, ya que, enmarcar este acto entre esas imperiosas paredes, produce un efecto de grandiosidad en toda la gala. Pero también conlleva un punto negativo, la bajada del afor, que produjo que mucha gente se quedara fuera de la gran gala. De todas formas las entradas se agotaron, al igual que ocurrió en las jornadas, de forma apresurada. Es más para la venta de las mismas en el ágora de forma presencial, para aquellas personas que no habían acudido a las jornadas; puesto que estas junto a las participantes en la organización tenían prioridad; la gente acudió horas antes de la hora del comienzo de la venta para poder conseguirla.

Este año se ha conseguido una gran participación en todas las categorías con un total de 316 piezas, la mayor participación en la historia de Publicatessen. Esto es debido a las categorías que se han creado que han atraído a más público, por supuesto a todos aquellos que se presentan, alumnos que van desde 1º a 4º curso, profesores y demás personas admitidas y como no a los atractivos premios que con la victoria obtienes.

Con un total de 17 categorías, es muy satisfactorio el número final de premiados. Además cabe destacar que somos la primera promoción en lograr sacar adelante la categoría interuniversitaria.

El funcionamiento de la familia Publicatessen se ve en el gran éxito que esta X Edición ha conseguido en su público.

9 Conclusiones

Publicatessen es parte de la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas en Segovia, es como una asignatura más del plan de estudios. Una asignatura real en la que puedes aplicar de forma real todo lo que has aprendido de forma teórica durante toda la carrera. Es el momento de tomar contacto con la vida laboral, sin escapar de la burbuja de estudiantes. Es el proyecto más largo e importante en el que te implicas.

Te da la oportunidad de aplicar conceptos adquiridos durante la carrera, por ejemplo, el factor creativo, muy presente durante toda la carrera y que siempre hemos aplicado a la parte más visual, por fin concluyes que va más allá. Recuerdas a esos profesores que te dijeron “*La creatividad está en todo*”, totalmente cierto, la creatividad también está en reinventarse, lograr salir de un problema con la idea más loca.

Semana tras semana realizar brainstorming de ideas que se puedan realizar para atraer al público a participar en nuestras actividades, por supuesto, la creatividad es necesaria para lograr que nuestras actividades sean lo más atractivas posibles.

Otro término muy importante y muy presente para este festival el Timing, hay que tenerlo en cuenta a todas horas. Trabajar bajo la presión de los tiempos, logra sacar lo mejor de cada departamento y de cada uno. También te hace tener en cuenta que los timing depende de muchos factores, es decir, para organizar actividades hace falta tener en cuenta los calendarios globales, festivos, fiestas e incluso los partidos de fútbol más importantes del panorama. Y sobre todo te hace darte cuenta que hay cosas que siempre se escapan a tu control y que afectan a tus eventos, por ejemplo la meteorología.

Otro factor determinante los tipos de comunicación que establezcan las redes sociales son muy importantes, una reacción rápida pero desacertada no sirve de nada, pero si lo hacemos con un poco más de tiempo pero utilizando el tono y el mensaje correcto, podemos lograr el entendimiento incluso con los mayores detractores.

Tener en cuenta que todos van a hablar para bien o para mal de lo que hagas y saber aislarse de los comentarios, pero contestarlos de forma correcta.

Tener en cuenta que trabajas en un entorno de entidades públicas y que la forma de dirigirnos a ellos debe ser la que se espera de un festival formal y serio.

Otro término muy repetido durante la carrera la Brand, la imagen de marca, es muy importante transmitir una buena imagen de la marca Publicatessen, de cara al espectador todo debe ir fenomenal aunque nos encontremos en el mayor problema de la historia. De cara a la palestra Publicatessen y sobre todo su imagen debe ser siempre ideal.

Un término muy complicado pero muy importante los presupuestos, al fin y al cabo el dinero lo mueve todo, una buena labor de la tesorería hace que el festival pueda mantener su estatus y sobre todo pueda salir adelante.

Un factor muy importante, la herencia. En un principio gestionar la que nos han dejado, es decir, hay que tener en cuenta que cuentas hay que arreglar si la promoción anterior ha cometido algún error saldarlo o arreglarlo e ir con pies de plomo y la mejor actitud ante esos colaboradores, teniendo en cuenta que para ellos todos somos Publicatessen indiferentemente de la promoción que seamos.

Esto también hay que tenerlo en cuenta, en cuanto a la herencia que vamos a dejar a la XI Edición de Publicatessen, es importante hacerlo todo de forma correcta y mantener una buena imagen del festival por el bien de nuestros herederos.

Por todo esto podemos concluir que Publicatessen es como la asignatura “madre” de todas, en ella se aúna todo lo que hemos aprendido en estos cuatro años, y se hacen reales términos que solo habíamos visto en papel.

Ya no solo se hacen reales por nuestra experiencia propia sino también por la oportunidad que este festival te brinda de conocer a personas que trabajan en el mundo de la Publicidad de forma real y te cuentan su historia en el sector.

Lo que concluyes tras haber participado en este festival es que nadie debería irse de este Campus sin haber formado parte de esta familia unida por el “*corazón morado*”. Es algo único que te hace ver que un futuro en el mundo de la publicidad es posible y ameno.

9.1 Nuevas propuestas

Por suerte para el festival, cada año se va mejorando más y más, en este caso, vamos a proponer unas posibles mejoras:

- Apartar a un lado el tener que entregar las piezas en persona, en mano y en sobre. Por ello proponemos que se entreguen por internet, vía online, entregando las piezas a través de webs como wetransfer.
- Organizar un departamento que se ocupe, expresa y únicamente, de ver si las piezas son originales.
- Una mayor y mejor comunicación interna, para facilitar el conocimiento de las tareas, fiestas y eventos que se realizan
- Publicatessen. De esta forma se conseguiría que todos los miembros de Publicatessen sepan qué cosas hay en cada día/semana del propio festival, y aparte de poder acudir a ello, podrán comunicárselo a aquellos miembros del campus y que no sean del campus que quieran saber esa información o acudir a algún evento. Por tanto, mejorar esto es algo que ayudaría en varios sentidos, no solo para los de dentro del festival.
- Aunque este año hemos conseguido “expandir” Publicatessen a otros territorios, una gran mejora sería el poder expandir Publicatessen en el resto de España, dando lugar a un mayor conocimiento del mismo en el territorio español. Esto provocaría que más alumnos y alumnas estuvieran interesados en ser partícipes, ya sea mediante categoría u otra cosa, en Publicatessen. Y a su vez, podríamos encontrarnos con que más universidades querrían también formar parte de este gran festival. Creemos que la relación con otras universidades un aspecto muy necesario para el posible futuro paso adelante de este festival en España, en el sector publicitario y en el sector universitario.
- Crear un sentimiento en todo el campus de que Publicatessen es de todos, es decir, implicar a todos los cursos de Publicidad y Relaciones Públicas desde el principio, que se aparte esa idea de que los de cuarto organizan y el resto son meros espectadores, hacerlos sentir todavía más parte de esta gran iniciativa universitaria. Para evitar competencias mal avenidas. Y por qué no abrirlo a otras carreras de la facultad en la medida de lo posible.

- Crear una imagen pública valiosa y que se le dé el reconocimiento que se merece. Publicatessen en Segovia, este festival que cuenta con 10 años de historia, todavía no es conocido por todos los segovianos, esto debería cambiar.