

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2017-2018

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE JORNADAS
X EDICIÓN DEL FESTIVAL PUBLICATESSEN

SARA ALLENDE GARCÍA
MERCEDES ALARCÓN CALZADO

Tutor: Alejandro Buitrago Alonso.
SEGOVIA, JULIO 2018

Resumen

La coordinación y gestión del departamento de Jornadas es una de las responsabilidades más importantes en la organización del Festival Publicatessen. Por décimo año consecutivo estas jornadas han traído consigo a múltiples profesionales del mundo de la comunicación y el marketing, los eventos, la publicidad e incluso la inteligencia emocional. A lo largo de este trabajo se detallarán todas aquellas tareas que forman parte del proceso de organización así como el momento óptimo para su realización. Igualmente incluiremos recomendaciones y propuestas de mejora para conseguir que cada edición lleve aparejada una mejora constante respecto a la anterior.

Palabras clave

Coordinación, Organización, Jornadas, Festival, Publicatessen.

Abstract

Coordinating and arranging the Conference Department is one of the most important responsibilities of the Publicatessen Festival organization. For the tenth consecutive year this conferences bring together communication and marketing and events and advertising and even emotional intelligence professionals. Throughout this work will be detailed all those tasks that are part of the process of organization as well as the moment in which they have to take into account. Also we will include recommendations and improvement proposals to make each edition better than the previous.

Key Words

Coordination, Organization, Conferences, Festival, Publicatessen.

ÍNDICE

1. Introducción	Pág. 6
2. Justificación	Pág. 7
3. Descripción del departamento	Pág. 7
3.1 Constitución y funciones de la dirección del departamento	Pág. 8
3.2. Funciones de los subdepartamentos	Pág. 9
3.3 Estructura organizativa	Pág. 11
4. Objetivos	Pág. 12
4.1 Generales	Pág. 12
4.2 Específicos	Pág. 12
5. Elección del tema central de las Jornadas	Pág. 12
5.1 Factores previos a la creación del calendario	Pág. 14
5.2 Logo y cartel del tema de la décima edición	Pág. 15
6. Planificación y gestión del Departamento de Jornadas	Pág. 18
6.1 Estrategia organizativa	Pág. 18
6.1.1 Relación entre subdepartamentos	Pág. 18
6.2 Subdepartamentos	Pág. 18
6.2.1 Dirección	Pág. 18
6.2.2 Merchandising	Pág. 19
6.2.3 Escenografía	Pág. 20
6.2.4 Transporte, alojamiento y dietas	Pág. 24
6.2.5 Catering	Pág. 26
6.3 Presupuesto	Pág. 28
6.3.1 Relación con la Junta directiva	Pág. 29
6.3.2 Relación con el departamento de Patrocinio	Pág. 30
6.3.3 Gastos e ingresos totales	Pág. 30
6.4 Organización y gestión de espacios	Pág. 32
6.4.1 Salón de Actos del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo	Pág. 32
6.4.2 Aparcamiento del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo	Pág. 33
6.4.3 Palacio de Quintanar	Pág. 34

7. Ponentes	Pág. 34
7.1 Selección de ponentes	Pág. 34
7.2 Contacto con ponentes	Pág. 35
7.3 Resolución de problemas	Pág. 36
8. Programa de jornadas, ponencias y talleres	Pág. 38
8.1 Calendario definitivo	Pág. 39
8.2 Relación con el departamento de Diseño	Pág. 39
9. Organización y difusión previa a las Jornadas	Pág. 40
9.1 Objetivos	Pág. 41
9.2 Acciones	Pág. 41
9.2.1 Pasa clases	Pág. 41
9.2.2 Medios de comunicación	Pág. 42
9.2.3 Redes sociales	Pág. 43
9.3 Relación con el departamento de Comunicación	Pág. 45
9.4 Casting de azafatos	Pág. 45
9.4.1 Relación con el departamento de Gala	Pág. 48
10. Inscripción a las Jornadas	Pág. 49
10.1 Gestión de las inscripciones y relación con FunGe	Pág. 49
10.1.1 Documentación necesaria	Pág. 49
a. Complimentación	Pág. 50
b. Proceso de aprobación	Pág. 51
10.1.2 Relación con la FunGe una vez celebrado el festival	Pág. 52
10.2 Gestión del proceso de inscripción	Pág. 52
10.3 Inscripciones externas a la UVA: UEMC	Pág. 52
10.4 Resolución de problemas	Pág. 53
11. Ejecución de las Jornadas de la X Edición de Publicatessen	Pág. 55
11.1 Organización previa al comienzo de las jornadas	Pág. 55
11.1.1 Ponencias	Pág. 55
11.1.2 Talleres	Pág. 56

11.2 Organización durante el desarrollo de las jornadas	Pág. 56
11.2.1 Ponencias	Pág. 56
11.2.2 Talleres	Pág. 57
11.3 Organización después del desarrollo de las jornadas	Pág. 58
11.3.1 Ponencias	Pág. 58
11.3.2 Talleres	Pág. 58
12. Evaluación de resultados	Pág. 58
13. Conclusiones finales	Pág. 60
14. Consejos y propuesta de mejora	Pág. 61
15. Recursos en red	Pág. 63

ANEXOS:

- I. Calendario orientativo de organización de jornadas
- II. Díptico informativo definitivo de las jornadas de la X edición

1. Introducción

El festival Publicatessen es uno de los eventos más esperados por los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus de Segovia; fundamentalmente para los alumnos de último curso, los cuales ejercen como organizadores íntegros de todo el proceso de creación y gestión. Publicatessen es un acontecimiento muy esperado por toda la ciudad en general. Se considera el evento universitario por excelencia en la ciudad de Segovia y además se le otorga una repercusión y cobertura plena en los medios de comunicación.

Desde hace diez años este festival universitario trae consigo a profesionales del mundo del marketing, las relaciones públicas, la publicidad y la comunicación en general para llevar la educación mediática de los alumnos a un nivel mucho más cercano a la realidad laboral.

A lo largo de cuatro días el festival ofrece cuatro jornadas distintas con cuatro temáticas diferentes que se dividen entre ponencias en el salón de actos de la Escuela de Magisterio por la mañana y talleres prácticos en el Palacio de Quintanar por la tarde. Al concluir todas las jornadas, el festival celebra una gran gala de cierre en donde se entregan premios de múltiples categorías a las que tanto alumnos como ex alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas pueden presentar sus piezas.

En el caso de la gala de 2018, edición a la que se atañe este TFG, además de alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as, acudieron personalidades como la alcaldesa de Segovia, Clara Luquero; el decano de la facultad¹, Agustín García Matilla; el vicerrector de Campus Juan José Garcillán García y también representantes de múltiples agencias y escuelas de publicidad españolas.

Para que cada año Publicatessen se siga convirtiendo en un gran referente de la comunicación sobre todo a nivel local y provincial pero también nacional, todos los departamentos de la organización trabajan en conjunto compartiendo motivaciones e ideas pero también aprovechando todos los recursos disponibles para que el éxito de cada edición sea compartido y merecido de disfrutar.

El festival Publicatessen ha celebrado su X Edición desde el lunes 12 hasta el jueves 15 de marzo de 2018. A lo largo de este trabajo se irán presentando y justificando todos los pasos a seguir desde

¹ Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

el primer momento en el que se reparten las competencias hasta la finalización de las jornadas, así como las consecutivas tareas que hay que realizar una vez terminado por completo el festival.

2. Justificación

Los cuatro días de celebración de esta X Edición del Festival Publicatessen han sido el fruto de cinco meses de trabajo en equipo y coordinación pero sobre todo han sido un proceso de aprendizaje constante.

Este reto se ha convertido en una gran experiencia personal que nos acerca al mundo laboral de manera directa y continuada durante todos estos meses. La posibilidad de haber vivido el festival desde primero de carrera y tres cursos después haber podido participar en la organización nos ha permitido enriquecer nuestro conocimiento sobre la organización de eventos, conocer nuevas habilidades personales y fortalecer el interés en las relaciones públicas. Cada edición aprende de la anterior y por eso se ha podido ir superando fallos anteriores, afrontando errores nuevos y dejando a las ediciones futuras ejemplos a seguir y también a mejorar.

El festival Publicatessen es un proyecto voluntario heredado por nuestros compañeros de las últimas nueve ediciones que merece seguir teniendo huella en los eventos de comunicación principalmente por su característica principal: es el único festival publicitario gestionado, coordinado y organizado íntegramente por alumnos. Esta particularidad es motivo suficiente para querer plasmar todo lo aprendido en estos meses y pretender que sirva de referencia y de guía para futuras ediciones. El objetivo principal es que cada edición sea mejor que la anterior y que esta experiencia sirva de motivación y de inclusión en el mundo laboral.

3. Descripción del departamento

El departamento de Jornadas es el principal encargado de la gestión y planificación de las ponencias y talleres que protagonizan el festival. Dentro de este proceso de organización se incluyen tareas como:

- Lectura y estructuración del tema de la edición.
- Selección y contacto con los ponentes.
- Búsqueda del alojamiento, el transporte y las dietas de los ponentes.
- Contratación del *catering* para los asistentes.
- Búsqueda del lugar de celebración de las sesiones de mañana y de tarde.
- Búsqueda y montaje de la escenografía.
- Elección del *merchandising* para los asistentes.
- Búsqueda y selección del detalle de gratificación para los ponentes.

En términos generales, el festival Publicatessen lo forman un total de ocho departamentos: Patrocinio, Gala, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Diseño, Tardecitas, Comunicación, Protocolo y Jornadas. Todos ellos trabajan en conjunto con la Junta Directiva para conseguir los mejores resultados durante todo el proceso de organización, ejecución y evaluación. Este departamento, en concreto, está directamente comunicado con el de Patrocinio, Comunicación y Diseño.

3.1 Constitución y funciones de la dirección del departamento

En esta X Edición, la constitución del departamento de Jornadas ha tenido lugar el martes 24 de octubre de 2017. El método elegido ha sido el sistema de votación al alza en el que únicamente han participado las personas interesadas en esta sección. Tras el recuento, en función del número de votos las personas presentadas han asumido los cargos de coordinadora y secretaria respectivamente.

Las funciones de la dirección del departamento han sido:

- Coordinar y gestionar los subdepartamentos.
- Seleccionar y contactar a los ponentes.
- Administrar el correo electrónico habilitado para el departamento.
- Asistir a las reuniones organizadas por la Junta Directiva.
- Convocar y mediar en las reuniones del departamento.
- Asistir a las reuniones con los profesores encargados del departamento.
- Comunicar y transmitir al resto del departamento toda la información relevante.
- Lograr una buena comunicación entre subdepartamentos.

- Mantener una comunicación fluida y continua con el resto de coordinadores de la organización y en mayor medida con los de Patrocinio, Comunicación y Diseño.
- Gestionar el proceso de inscripción con la encargada del departamento de la FunGe.
- Crear y organizar el diario de Jornadas durante la ejecución del festival.
- Crear y difundir los contratos pertinentes.

En definitiva, el cometido principal de la dirección ha sido asumir la responsabilidad de las jornadas tanto dentro como fuera del departamento. Para esta labor, tanto la coordinadora como la secretaria han trabajado de manera sincrónica para conseguir el equilibrio en el reparto de las funciones y a la vez facilitar la toma de decisiones y la resolución de problemas.

3.2 Funciones de los subdepartamentos

El departamento de Jornadas ha estado formado por seis subdepartamentos, cada uno de ellos con funciones y objetivos diferentes. Esta distribución ha permitido: organizar de manera óptima las tareas, facilitar el reparto voluntario de funciones de los miembros del equipo, fomentar la comunicación bidireccional con la dirección y optimizar los resultados finales.

Los subdepartamentos que han formado parte del departamento de Jornadas en esta X Edición y las funciones que han tenido que desempeñar desde cada uno de ellos han sido:

1. Merchandising:

- Búsqueda, selección y elección del detalle de bienvenida o *Welcome Pack* para los alumnos inscritos.
- Búsqueda y comparación de las empresas de *merchandising*.
- Elaboración del presupuesto que posteriormente se ha de aprobar desde la tesorería.
- Gestión y seguimiento del material.
- Montaje y reparto del material en la primera Jornada.

2. Catering:

- Búsqueda y comparación de empresas (pastelerías, restaurantes, bares, etc.)
- Elección del menú y de la cantidad óptima para cada día de la semana.
- Elaboración del presupuesto que posteriormente se ha de aprobar desde la tesorería.
- Contratación del menú.
- Gestión y seguimiento durante la semana del festival.

3. Alojamiento, transporte y dietas:

- Búsqueda de restaurantes y hoteles para los ponentes que participan en las Jornadas.
- Búsqueda de contratos con concesionarios o de vehículos personales que poder utilizar durante la semana del festival.
- Traslado de los ponentes.
- Gestión y seguimiento de los horarios de transporte de los ponentes.

4. Escenografía:

- Estudio de los espacios propuestos para el desarrollo de las Jornadas.
- Búsqueda y comparación de empresas (decoración, iluminación, pintura, etc.).
- Selección de los elementos que forman parte de la escenografía.
- Elaboración del presupuesto que posteriormente se ha de aprobar desde la tesorería.
- Gestión y seguimiento del material.
- Montaje de la escenografía.

5. Ejecutivo de cuentas:

- Intermediación entre los subdepartamentos de Jornadas y la dirección del departamento.
- Intermediación entre otros departamentos y el de Jornadas.
- Fomento de la comunicación bidireccional.

6. La Décima: Subdepartamento creado *ex profeso* para esta edición.

- Búsqueda y comunicación con presidentes o algún miembro de la Junta Directiva de otras ediciones.
- Grabación, producción y edición de un vídeo conmemorativo de los diez años del festival Publicatessen.
- Gestión y seguimiento de la difusión del vídeo.

Estas dos últimas secciones no tuvieron la actividad que se había creído desde un principio, por lo que ambas quedaron disueltas a mediados de diciembre por decisión de todos los miembros del equipo. Tras esta determinación, los compañeros afectados decidieron por voluntad propia quedar a disposición tanto del resto de subdepartamentos como de la propia dirección en lugar de pertenecer a uno en concreto. Finalmente, fueron un gran apoyo en el proceso de contacto con los ponentes, el montaje de la escenografía y sobre todo en el desarrollo y ejecución de las Jornadas.

3.3 Estructura organizativa

En esta X Edición el departamento de Jornadas ha estado formado por un total de diecisiete personas. A continuación se ofrece la relación de cada miembro y el cargo o subdepartamento al que estaban asignados:

Dirección del departamento

- **Coordinadora del departamento:** Sara Allende.
- **Secretaria del departamento:** Mercedes Alarcón.

Subdepartamentos

- **Merchandising:** Laura Pérez, Óscar Ros, Sandra García.
- **Catering:** Patricia Mateos, Luz María López, Sara Miguel.
- **Alojamiento, transporte y dietas:** Álvaro del Pozo, Daniel Cuesta, Daniel San Eusebio.
- **Escenografía:** Patricia Mateos, Diana Tejedor, Sara Miguel.
- **Ejecutiva de cuentas:** María Soria.
- **La Décima:** Irene Barrientos, Óscar Alonso, Marta Torres.

4. Objetivos

Los objetivos que ha tenido la organización del departamento de Jornadas de la décima edición del festival Publicatessen han sido:

4.1 Generales

- Organizar y gestionar el funcionamiento de las jornadas de la décima edición de Publicatessen.
- Establecer una guía para próximas ediciones del Festival Publicatessen que sirva de base para el crecimiento profesional de éste.

4.2 Específicos

- Ofrecer a los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus María Zambrano de Segovia (Universidad de Valladolid) un conjunto de ponencias y talleres que les sirvan de enriquecimiento en su aprendizaje y les acerque al mundo laboral.
- Aprender a gestionar equipos grandes con el fin común de crear un orden en el desarrollo del festival Publicatessen y que éste pueda desarrollarse con éxito.

5. Elección del tema central de las jornadas

Para el desarrollo de las jornadas es fundamental crear un tema de unión que sirva de eje a todas las actividades de la semana. Se trata del nombre de la edición y es el emblema por el que será reconocido y recordado. Esta elección es una de las más importantes que se llevan a cabo al comienzo del festival y se debe de tomar con conciencia y basándose en los objetivos que se pretenden conseguir con el desarrollo de este evento.

En este caso se pretendía ofrecer unas jornadas lo más globales posibles, que fueran relevantes para cada uno de los perfiles profesionales dentro del sector de la publicidad y las relaciones públicas; y que contase con la referencia constante al décimo aniversario de Publicatessen.

Para esta búsqueda del eje principal de la décima edición se estableció un concurso libre dirigido a los alumnos de 4º de Publicidad y Relaciones Públicas del campus María Zambrano de Segovia. Al ser un tema de tanta envergadura, solo se permitió participar a los alumnos de último curso, ya que ellos tienen una mayor base en el dominio de competencias en nuestro ámbito y pueden hacerlas más accesibles para todos los alumnos.

El departamento de Diseño elaboró las bases de la convocatoria que detallaban cómo tenía que ser el desarrollo de esta y cómo debían ser las piezas a presentar. Se estableció que cada uno de los alumnos que tuvieran intención de participar debía crear un dossier explicativo en el que tenían que aparecer:

- Nombre del tema y explicación detallada sobre la elección.
- Propuesta de ponencias y ponentes en función de la temática de cada día.

En este documento también se precisaban las fechas de entrega y las bases legales que el participante asumía.

Cuando se cerró el plazo de presentación de los temas para el concurso, el presidente de la edición creó un documento de *Google Drive* compartido con todos los participantes en la organización de Publicatessen. Este sirvió para que cada uno de los alumnos de 4º de Publicidad y Relaciones Públicas pudieran ver todas las propuestas con tranquilidad y elegir cuál era la más adecuada para esta edición.

Esta elección se realizó por votación el día 20 de noviembre de 2017 en el ágora del campus María Zambrano y por medio de correo electrónico para aquellas personas que se encontraban de Erasmus, Sicue o que por motivos justificados no pudieron desplazarse a la hora establecida. Tras cerrar las urnas a las 20:00, se procedió a hacer el recuento estando los miembros de la junta directiva de la décima edición presentes y el coordinador/a de cada uno de los departamento que conforman el festival.

Una vez finalizó el escrutinio de todos los votos físicos y online, fue nombrado ganador por mayoría el tema “10 años enamorados de la publicidad” y por consiguiente ganadora a su autora: Lucía Ferrer Bellón. Este galardón le otorgaba, a parte del honor de que su tema fuera repetido durante toda la edición y se convirtiese en la cara visible de las jornadas, un acuetrocho a recoger en la gala final de Publicatessen, el broche de oro a la X Edición.

El dossier entregado por la ganadora sirvió de base para establecer los ponentes y talleres. Para comenzar a desglosar el calendario que daría forma a estas jornadas y trabajar con él para que todo funcionase de manera correcta, se convocó una reunión con el profesor encargado Alberto Martín, la ganadora Lucía Ferrer Bellón y la coordinadora y secretaria del departamento de Jornadas.

El fin de tal acción fue extraer de este documento lo más relevante, encontrar la parte factible de lo establecido por la ganadora del tema de la edición y crear una forma de comunicación del tema a todos los futuros ponentes. Una vez puestas en común las ideas más importantes del tema “10 años enamorados de la publicidad” se pasó a modificar el calendario con el consentimiento de su autora. El primer calendario creado por la ganadora del tema en el dossier no pudo ser mantenido en su totalidad por la dificultad que supuso ponerse en contacto con cada uno de los ponentes y tratar de cuadrar todos los horarios.

Sin embargo, finalmente se creó un calendario ordenado, detallado y coordinado que mantuvo la esencia del leitmotiv “10 años enamorados de la publicidad”.

5.1 Factores previos a la creación del calendario

A la hora de empezar a crear el calendario se tuvieron en cuenta algunos factores importantes que este tema abarcaba:

- Por un lado, se propuso hacer un homenaje a cada una de las ediciones anteriores durante el transcurso de las jornadas. Se pensó en dar nombre a los días en función de las temáticas pasadas. Se crearía así un nexo de unión y recuerdo que daría muestra de la grandeza de este festival y de cómo ha ido evolucionando con el paso de los años.

- Por otro lado, se planteó la idea de que cada uno de los días contase con la participación de ex-alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid ya con una amplia y exitosa trayectoria en el sector publicitario. Esto serviría para crear cercanía con los alumnos y formar contacto con los referentes más cercanos que tenemos desde esta Universidad. Cabe destacar que años atrás esos alumnos estuvieron en los mismos asientos y recibieron la misma preparación. Podrían mostrar su apego al festival y el cariño con el que se recuerda el paso por la etapa universitaria.
- Finalmente, se pensó en una pauta común que poder transmitir a los ponentes para que estuviese presente en todas y cada una de las intervenciones. Esto sirvió para ampliar el abanico de posibilidades en cuanto a los asistentes y dar un motivo de diferencia con el tema. Todos los miembros del sector, de algún modo o otro se “enamoraron de la publicidad” en algún lugar o de alguna forma. Por ello, viniesen de donde viniesen se les pidió que contaran ese momento, cómo recordaban sus inicios y cuándo empezaron a disfrutar como enamorados de la publicidad.

Se trató no sólo de celebrar el décimo aniversario de Publicatessen, sino también el hecho de que llevamos 10 años enamorados de la publicidad y queríamos conocer a más apasionados de ella.

Con estas ideas claras, y con el objeto de dar visibilidad a la Décima y crear el contenido de difusión necesario para su buen funcionamiento, se procedió a lanzar el concurso del logotipo y el cartel que conformarían la identidad visual de la edición.

5.2 Logo y cartel del tema de la décima edición

Como cada año, edición tras edición es necesario la presencia de un logo representativo del tema, que pueda ser adaptable a todos los formatos y cree una personalidad de marca específica. Esta identidad visual tiene que seguir los parámetros estéticos del festival y mantener algunos aspectos como la presencia del color corporativo de Publicatessen. El departamento de Diseño creó el dossier que guiaba a todos aquellos participantes en el concurso. Tras ser difundido por todos los alumnos de 4º de Publicidad se siguieron todas las especificaciones del mismo, controlando que las piezas que se presentaran siguieran esos parámetros y se ajustaran a las fechas de entrega.

Figura 5.1: Logo ganador para la identidad visual de la décima edición de Publicatessen.



Fuente: *Página de facebook del Festival Publicatessen.*

Se presentó un número elevado de piezas y, una vez todas las personas que constaban en el censo como alumnos de 4º y profesores del campus tuvieron la oportunidad de votar, se estableció ganadora la siguiente pieza:

Esta imagen debe aparecer en las redes sociales del festival y tiene que ser utilizada en los medios de comunicación para que sea reconocible como el identificador de la edición.

Este logotipo es el primer elemento fijado en cuanto a la identidad visual del festival para mantener la misma línea estética entre todos los departamentos y convertirlo en un símbolo repetido y presente. Con unos meses de demora, otro de los elementos representativos de cada edición de Publicatessen fue el cartel que anunciaba la fecha de las Jornadas y que estuvo presente en los establecimientos y las calles de Segovia. A su vez, todo el equipo de Publicatessen trató de difundirlo al máximo con el fin de llevar esta información a un gran porcentaje de nuestro público objetivo.

En cuanto a este cartel conmemorativo de la décima edición de Publicatessen, se estableció realizar otro concurso para los alumnos de 4º de Publicidad y Relaciones Públicas. Para su correcta votación

se tuvo que presentar la propuesta sobre cartón pluma y las piezas estuvieron expuestas en el ágora de la Universidad a la vista de todos durante el día de la votación.

Finalmente la gráfica que resultó ganadora fue:

Figura 5.2: Cartel ganador para la décima edición de Publicatessen.



Fuente: *Festival Publicatessen*

Tanto el logotipo como el cartel sirvieron para crear la identidad visual de esta edición y sus creadores fueron galardonados con un acuetrocho en la gala de Publicatessen.

6. Planificación y gestión del Departamento de Jornadas

El departamento de Jornadas estuvo formado por un total de 17 personas. Entre todas ellas se creó un ambiente de participación en la que todo el mundo aportó y fue consciente de que sus palabras fueron escuchadas, compartidas, respetadas y tenidas en cuenta.

Por ello el diálogo es la base fundamental del departamento y se decidió establecer una organización horizontal del agrado de todos los participantes.

6.1 Estrategia organizativa

Se estableció una nueva división por subdepartamentos que dejó claras las funciones a realizar por cada componente del equipo y sirvió para organizar y gestionar de manera correcta la comunicación y el buen funcionamiento de todas las tareas.

6.1.1 Relación entre subdepartamentos

Cada uno de los subdepartamentos debía tener un vínculo comunicativo de unión basado en una correcta relación entre miembros.

Dentro de cada subequipo se debía informar a la coordinación de jornadas de cada uno de los avances que se producían dentro de su subdepartamento y entre todos llegar a las decisiones finales.

A su vez estas decisiones tuvieron que ser transmitidas a todos los miembros de los demás subequipos en las reuniones semanales generales. Nos basamos en fomentar la unión y nutrirnos de las aportaciones de todos.

6.2 Subdepartamentos

6.2.1 Dirección

Este subdepartamento fue la base de la organización de las Jornadas y estuvo formado por coordinadora y secretaria. Las funciones de estos cargos son todas y cada una de las que se detallan en

este TFG y tuvieron como objetivo final gestionar correctamente las jornadas, ponerse en contacto con cada uno de los ponentes, cerrar el calendario y resolver todos los problemas que surgieron durante la preparación de las mismas o en el desarrollo en la semana de Publicatessen. Además, fueron vínculo de unión entre todos los miembros que formaron este festival y sirvieron de canal comunicativo para toda la información relevante al departamento de Jornadas.

6.2.2 Merchandising

Este subdepartamento fue el encargado de buscar el pack de bienvenida que se entregó a cada uno de los asistentes a las jornadas de Publicatessen. Las funciones principales fueron: búsqueda de empresas encargadas de *merchandising*, creación de presupuestos con los materiales, innovación y propuestas sobre los objetos a entregar; gestión de los pedidos realizados, recogida cuando estuvieron listos para su entrega, mantenimiento bajo custodia hasta el día anterior a las jornadas y entrega en el lugar donde se realizan las ponencias. Todo esto fue transmitido a la coordinación de las jornadas para tomar las decisiones finales y comunicarlas a los departamentos de Diseño y tesorería, encargados de producir y mandar las artes finales a imprenta y realizar los pagos respectivamente.

Una vez la elección se realizó y se hicieron los encargos oportunos, el equipo de *merchandising* fue el encargado de recoger y custodiar dicho material hasta el día de comienzo de las jornadas. En esta décima edición se prescindió de algunos obsequios que se venían repitiendo con anterioridad y se innovó en otros para crear un punto de diferencia en este décimo aniversario. Entre este subdepartamento y la coordinación de Jornadas se decidió incluir en este pack de bienvenida una botella para rellenar, varias pegatinas, un póster exclusivo, una libreta, un bolígrafo, folletos informativos de las jornadas y varios descuentos en bares de Segovia para la semana del festival. Todo esto estaba vinilado con la imagen creada por el departamento de Diseño e iba dentro de una mochila de tela en la que aparecía serigrafiada la imagen de esta décima edición de Publicatessen.

Se pidieron un total de 250 unidades de bolsas completas para cubrir los posibles materiales defectuosos y contratiempos. Fueron repartidas entre todos los inscritos a las Jornadas de la décima edición de Publicatessen.

Otra de las funciones de este departamento consistió en buscar cuál sería el regalo de parte del fes-

tival para todos los profesionales del sector que impartieron ponencias en las jornadas. Este obsequio les fue entregado a cada uno de ellos al finalizar su intervención. El subdepartamento de *merchandising* fue el encargado de proponer cuál podría ser este objeto de agradecimiento y trabajar junto al departamento de Patrocinio para conocer si este material podría ser favorecido por parte de alguna de las marcas que apuestan por Publicatessen. En este caso, para la décima edición nuestro patrocinador Garciani sirvió de proveedor con botellas de su vermut. Cada uno de los profesionales que conformaban el calendario de las jornadas de Publicatessen recibió la suya en señal de agradecimiento y para su disfrute.

a. Radio de actuación

Este subdepartamento estuvo en acción sobre todo al comienzo de la preparación de las Jornadas de Festival. En las primeras reuniones los responsables de merchandising debían presentar un dossier detallado con los objetos que podría incluir el pack de bienvenida a modo de primera propuesta. Junto a ellos debía aparecer indicado el tipo de material y el precio de cada uno de ellos en relación a la cantidad que es necesaria para cubrir el número de asistentes. Mientras que los materiales se encontraban en producción el trabajo de este departamento pasó a un segundo plano y durante la semana del festival sus funciones se reubicaron para colaborar con todo el equipo.

6.2.3 Escenografía

Las Jornadas de este festival tienen lugar en la misma ubicación durante 4 días consecutivos por lo que este espacio debe estar preparado y habilitado para convertirse en nuestro centro de trabajo durante todo el transcurso de la semana.

Como ya se ha mencionado, las ponencias se realizaron en el Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio), siendo la cuarta promoción en utilizar este lugar. Este espacio cuenta con unos amplios exteriores y un salón de actos con un escenario adaptado para nuestras necesidades en cuanto a luces, sonido y proyectores de imágenes. Además también tiene una buena accesibilidad para los coches de los asistentes y su excelente ubicación dentro de Segovia facilita la llegada de todos los inscritos a las jornadas cada día.

En mayor medida se utilizó el salón de actos, el recibidor y los exteriores durante las jornadas. Tanto dentro del salón de actos como fuera, los adornos que nos acompañaron durante todo este tiempo fueron decididos y colocados por los miembros de este subdepartamento.

Aunque la libertad creativa es total, el objetivo principal fue el de crear en el interior del salón de actos un ambiente agradable para los ponentes, que fuera funcional y que cubriese todas las posibles necesidades. Para el exterior y los alrededores, el objetivo fue colocar elementos representativos del festival que creasen cercanía con los asistentes y sirvieran de elementos icónicos para compartir en redes sociales y medios de comunicación.

Para ello se preparó el escenario como si fuese el salón de una casa de aspecto retro siguiendo el estilo de una de las series referencia de la temporada “Stranger Things” (Matt Duffer, Netflix, 2016-Actualidad). Los dos sofás y la mesa que se utilizó habían sido construidas y utilizadas por los alumnos de la IX edición de Publicatessen y nos sirvieron a la perfección cubriendo los sofás con una tela que siguiera la línea estética. Esto fue importante para abaratar los costes de la escenografía y destinar ese dinero a otros subdepartamentos que requerían de un gasto mayor obligatorio. Para el resto del espacio se compró un papel de pared de flores retro, cola blanca y unas luces de bombillas de colores. Otros objetos como una lámpara de pie con una mampara de color beige y una maleta marrón vintage fueron prestados por “La casa de las luces”, uno de nuestros patrocinadores. Cabe añadir que el escenario cuenta con un gran piano negro que no se puede mover ni bajar del escenario, por lo que tuvimos que darle un hueco dentro de la idea de diseño.

A continuación, se presenta el presupuesto total para la escenografía del festival Publicatessen 2018:

Figura 6.1: Presentación del presupuesto de la escenografía 2018

CONCEPTO	GASTO	PROVEEDOR	FORMA DE PAGO
Pilas	4 €	City FRQ.	Efectivo Publicatessen
Colchas cubre-sofás	24,50 €	Almacenes Europa	Efectivo Publicatessen
Pinturas	14,95 €	AYBAN CB	Efectivo Publicatessen
Cartulinas	5,80 €	Todo útil	Pago con tarjeta personal. El dinero se compensó con efectivo
Papel de pared	70,75 € (gastos de envío incluidos)	https://www.wallcover.com/es/285115-petite-fleur-3-rasch-textil-papel-pintado-de-papel.html	Efectivo Publicatessen
Adhesivo	3,95 € (gastos de envío incluidos con el papel)	https://www.wallcover.com/es/meisterkleister-adhesivo-especial.html	Efectivo Publicatessen
Guirnalda luces LED	33,59 € (gastos de envío incluidos)	https://www.modregohogar.com/iluminacion/iluminacion-exterior/mangueras-luminosas/guirnalda-10-luces-color-led.html?rewrite=guirnalda-10-luces-color-led	

Fuente: *Subdepartamento de escenografía*

Finalmente con todos los elementos colocados y para dar inicio a las Jornadas de la décima edición de Publicatessen el escenario del salón de actos del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio) quedó de tal forma:

Figura 6.2: *Escenario del salón de actos del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio)*



Fuente: *Página de facebook del Festival Publicatessen*

Para decorar el recibidor del salón de actos se utilizó un gran corazón luminoso con la forma del logo de Publicatessen que había sido utilizado en ediciones anteriores. Este símbolo recibía a todos los asistentes en la entrada junto a un cartel de madera creado para esta edición. Como mostramos a continuación, estos dos elementos eran muy estéticos y fueron muy fotografiados por todos los asistentes. Se cubrió así el objetivo de tener un elemento que se compartiera en redes sociales y aumentase la presencia en medios durante el festival.

Figura 6.3: Adornos colocados en el recibidor del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio)



Fuente: *Festival Publicatessen.*

Durante la semana en la que tuvieron lugar las jornadas este subdepartamento controló que nada se deteriorase y que cada día mantuviese el mismo aspecto.

6.2.4 Transporte, alojamiento y dietas.

Todos los asistentes a las ponencias y a los talleres recibieron de parte de la organización de Publicatessen aquello que necesitaron para hacer de su estancia en Segovia lo más agradable posible. El transporte desde su lugar de residencia ida y vuelta, la comida de ese día y el alojamiento si fuera necesario.

En cuanto al transporte, existía la posibilidad de que tuvieran la preferencia de acudir en su coche particular. En ese caso, fueron informados de la hora a la que debían salir de sus lugares de residencia y a posteriori, una vez finalizó el festival, recibieron por parte de Tesorería el gasto en gasolina correspondiente a los kilómetros realizados.

Para aquellos asistentes que sí que necesitaban transporte público, entre coordinadora y la secretaria del departamento de Jornadas buscamos varias posibilidades:

- La primera y más utilizada fue la principal operadora ferroviaria de España, Renfe. Los recorridos eran directos ya que la mayoría venían de Madrid o Valladolid y tenían una muy buena relación precio/tiempo de llegada. Dependiendo de la hora de su ponencia o taller el departamento de Jornadas buscó todos los horarios para cada uno de ellos y realizó un documento de *Microsoft Excel* con las posibles combinaciones. Una vez esta información fue pasada a los interesados y dieron su visto bueno nos reunimos con Tesorería para adquirir todos los billetes con los datos personales de los viajeros.
- En el caso de que el destino fuera de una distancia mayor, como Valencia o Barcelona, se procedió a buscar una buena combinación de avión. Los trenes para distancias tan largas, aparte de ser más caros, suponen que el ponente tenga que asistir con un día de antelación y como consecuencia habría que sumarle una noche de hotel. Esto no era rentable para el festival. Por lo tanto, al igual que con el tren, se adquirieron los datos personales de los asistentes y, tras confirmarlo con ellos, Tesorería ayudó a adquirirlos. Como el aeropuerto se encuentra en Madrid también tuvimos que buscar la perfecta combinación de trenes para que acudiesen a tiempo a su charla.

Toda esta información ya confirmada fue incluida en una plantilla y comunicada a nuestros conductores para que posteriormente se distribuyesen las horas y así no solaparse en los trayectos.

En cuanto a la necesidad de alojamiento por parte de alguno de los ponentes se realizó una búsqueda de todos los hoteles de Segovia donde la relación calidad-precio fuera mejor. Finalmente se decidió por parte de la coordinación del departamento que el lugar elegido fuera el Hostal Fornos, muy bien ubicado en el centro de Segovia.

Aquellos que venían desde Barcelona, Valencia o que asistieron a las jornadas el jueves y se quedaban en la Gala final del último día de Publicatessen sí necesitaron utilizar esta opción. La coordinación del departamento de Jornadas se puso en contacto con ellos para informarles de la ubicación, confirmar la noche exacta y obtener todos los datos para la reserva. Siguiendo los mismos pasos que

con el transporte, se procedió con Tesorería a realizar todos los depósitos y llevar un orden de todas las necesidades de alojamiento de esta edición.

Una vez se confirmaba la asistencia de los ponentes y se firmaba el contrato de colaboración se les preguntaba si tenían la intención de quedarse a comer con nosotros. Todos los participantes tenían el derecho individual al almuerzo del día de su asistencia, excluyendo a sus posibles acompañantes. Estas comidas cada día se realizaron en el restaurante “El sitio” con un menú cerrado para tal ocasión que fue reservado por la coordinación de Jornadas y pagado por Tesorería al finalizar Publicatessen.

6.2.5 Catering

En el calendario oficial de las Jornadas existe un momento de descanso con desayuno para todos los alumnos inscritos a las jornadas y aquellos asistentes que lo deseen. Para buscar una opción que cubriera todas las necesidades de cada día y un presupuesto que se ajustase a las posibilidades de Publicatessen se formó el subdepartamento de *catering*.

Los miembros que lo formaban pidieron precios en las panaderías, pastelerías, bares y restaurantes que conocían y que otros años habían ayudado al festival. Varios de nuestros patrocinadores hicieron una oferta asequible que cubrió alguna de estas carencias y otros de los productos, como los zumos, se compraron directamente en el supermercado cada día. Todo esto quedó registrado y detallado junto al presupuesto y las cantidades de todos los productos en el siguiente documento²:

² El precio de la leche para el café, el zumo, los vasos y las servilletas es aproximado. El primer día se observa la cantidad necesaria y a partir de ahí se acondicionan las compras del resto de días.

Figura 6.4: Presentación del presupuesto de desayunos para Publicatessen 2018.

PRODUCTO	PROVEEDOR	PRECIO
Bollería Empanadas Preñaditos Etc	Molina	632 € - 10% (descuento a Publicatessen) 568 €
Café	Antiguo Café	GRATIS
Leche para el café	Supermercado DÍA	Leche semidesnatada brick 1L= 0,60 € 3 bricks/ día x 0,60 € = 1,80 €/día 1,80 € x 4 días = 7,20 €
Tortillas	Bar La Viña	5 €/ tortilla (descuento a Publicatessen de 2€) 2 tortillas/día x 4 días = 8 € 8 tortillas x 5 € = 40 €
Zumos	Supermercado DÍA	Brick 1L zumo de naranja = 0,55 € 6 bricks/día x 0,55 € = 3,30 €/días Brick 1L zumo de piña = 0,63 € 6 bricks/día x 0,63 € = 3,78 €/día 3,30 € + 3,78 € = 7,08 €/día 7,08 € x 4 días = 28,32 €
Vasos	Cash Herranz	Bolsa 100 vasos 220 cl = 1,95 € 2 bolsas/ día x 1,95 € = 3,90 €/día 3,90 € x 4 días = 15,60 €
Servilletas	Cash Herranz	Paquete servilletas 30 x 30 = 0,50 € 3 paquetes/día x 0,5 = 1,5 €/día 1,5 €/día x 4 días = 6,00 €
TOTAL		665,12 €

Fuente: *Subdepartamento de catering*

A este presupuesto hubo que añadirle la compra de una opción de desayuno para celíacos y alérgicos a la lactosa y algunos otros productos como el azúcar para el café.

Este subdepartamento una vez realizó los contratos con cada uno de los establecimientos y dejó cerrado todo el desayuno no tenía más labor hasta la semana de las Jornadas. Cada día eran los encargados de recoger todos los productos en cada uno de los establecimientos antes del comienzo de la jornada. A la hora programada para tal fin sacaban la comida, bebida y objetos de menaje para colocarlos en el exterior del espacio destinado para las ponencias. Para todos estos movimientos y servir el desayuno a todos los inscritos se contó con la ayuda de los azafatos y los demás miembros del equipo que no tenían una labor estipulada en ese momento.

6.3 Presupuesto

El presupuesto es una parte fundamental a tener en cuenta desde el primer momento en el que comienza el proceso de organización, ya que el festival Publicatessen tiene unos recursos económicos muy limitados y a su vez muchos gastos y contribuciones a los que enfrentarse.

El departamento de Jornadas es uno de los que más dinero necesita para poder cubrir sus necesidades y cumplir sus expectativas. La compra e impresión de los artículos de *merchandising*, el transporte o el gasto en gasolina para los ponentes que deciden viajar en su vehículo particular; así como el *catering* son algunas de las tareas a las que más dinero se destina.

Para que todos los miembros del departamento pudiesen ajustarse a un presupuesto que les guiase durante la búsqueda de productos o viajes, la coordinadora les facilitó una previsión de gastos que previamente le entregó la tesorera. En esta edición, la previsión de gastos fue la siguiente:

Figura 6.1: Tabla de previsión de gastos.

CONCEPTO	GASTOS
Alojamiento de los ponentes	250 €
Impresiones y camisetas	400 €
Dietas de ponentes	700 €
Transporte de ponentes (incluye billetes de avión, tren y gasolina)	1.100 €
Gasto en gasolina: coches para llevar y traer a los ponentes	50 €
Merchandising	1.300 €
Catering	568 €
Escenografía	150 €
Detalle ponentes (bolsas)	100 €
TOTAL	4.618,00 €

Fuente: *Tesorería*

6.3.1 Relación con la Junta directiva

La Junta directiva es la parte visible del festival y forma un departamento independiente del resto de equipos. En esta edición estaba conformada por: el presidente, la vicepresidenta, el secretario, la vicesecretaria y la tesorera.

La dirección del departamento de Jornadas ha estado permanentemente comunicado con el presidente de la edición, Jesús David Ponga; y con la tesorera, Carmen Conte.

La comunicación con el presidente fue informativa y bidireccional a lo largo de todo el proceso de organización. Por un lado, la dirección del departamento puso al día a la Junta directiva de cada cambio o logro en cada reunión: obtención de la empresa de *catering*, elección del *merchandising*, selección y confirmación de ponentes, etc. Por otro lado, la Junta directiva, y más en concreto el presidente, fue quien informó a la dirección sobre aspectos a tener en cuenta: plazos, propuestas de mejora de la edición anterior en relación al departamento o la posibilidad de habilitación de espacios, etc. El presidente personalmente fue el encargado de reservar los espacios que se necesitaban para el desarrollo de las Jornadas: las salas habilitadas para los talleres en el Palacio de Quintanar, el salón de actos de la Escuela de Magisterio y el aparcamiento habilitado durante la semana de jornadas para que aquellos ponentes que viajaban en coche pudiesen estacionar su vehículo fácilmente.

La comunicación con la tesorera fue directa y continua a partir del momento en el que el departamento empezó a conocer la estimación de gastos de cada subdepartamento. La relación entre la tesorería y el departamento de Jornadas se basó principalmente en la aprobación de presupuestos y en la compra de las necesidades requeridas. Para este cometido, la coordinadora, la secretaria o el representante de cada subdepartamento informó a la responsable de tesorería sobre los productos o viajes a comprar así como de los servicios a contratar. Carmen Conte como tesorera fue la única persona que pudo realizar estas compras desde la cuenta de Publicatessen.

6.3.2 Relación con el departamento de Patrocinio

La comunicación entre el departamento de Patrocinio y el de Jornadas fue cercana y fluida desde el primer momento. Tener patrocinadores da prestigio al festival además de ayudar económicamente. Por ello, esta relación se basó principalmente en la puesta en común de los contactos de ambos departamentos para saber cuáles ya eran patrocinadores o cuáles podían llegar a serlo.

Por un lado, una vez se fueron conociendo los patrocinadores, el departamento de Jornadas también tomó decisiones en base a ellos. Por ejemplo, Garciani fue uno de los patrocinadores más importantes en esta edición. Esta marca de vermut segoviano ofreció grandes lotes de productos para las fiestas previas al festival. Por ello, desde el equipo de Jornadas se decidió que su producto fuese el detalle de participación para los ponentes.

Por otro lado, los principales patrocinadores dentro del departamento de Jornadas fueron las escuelas de creatividad. A cada escuela que confirmó su participación se le envió una propuesta de colaboración desde el departamento. En esta edición, las escuelas patrocinadoras fueron: Zink, Brother y DB Maestro.

6.3.3 Gastos e ingresos totales

A continuación, se presentan las tablas de los gastos e ingresos totales que ha tenido el departamento de Jornadas en la X edición del festival Publicatessen³:

³ El dato correspondiente al concepto entradas es un dato aproximado. Aún no se ha realizado el ingreso por parte de la FunGe, por lo que la cifra correspondiente al ingreso puede variar.

Figura 6.2 : Tabla de gastos totales

CONCEPTO	GASTOS
Alojamiento de los ponentes	244 €
Impresiones y camisetas	762,37 €
Dietas de ponentes	319 €
Transporte de ponentes (incluye billetes de avión, tren y gasolina)	1282 €
Gasto en gasolina: coches para llevar y traer a los ponentes	120 €
Merchandising	1354,95 €
Catering	550,12 €
Escenografía	150 €
Detalle ponentes (bolsas)	30 €
TOTAL	4812,44 €

Fuente: *Tesorería*

Figura 6.3: Tabla de ingresos totales

CONCEPTO	INGRESOS
Entradas	6300 €
Universidad Europea Miguel de Cervantes	208 €
Venta de camisetas	139 €
TOTAL	6647 €

Fuente: *Tesorería*

6.4 Organización y gestión de espacios

La organización y gestión de espacios fue una parte importante que se tuvo en cuenta desde el principio. Como se ha comentado anteriormente, el principal responsable de la contratación y reserva de todos los espacios fue el presidente de la edición, Jesús David Ponga. Una vez conocida su disponibilidad ya se pudo empezar a organizar el calendario de la Semana de la Publicidad.

Los principales espacios utilizados en esta edición fueron: el salón de actos del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio), el aparcamiento de esta institución y el Palacio de Quintanar de Segovia.

6.4.1 Salón de actos del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo

La Escuela de Magisterio fue el lugar principal en donde se celebraron y desarrollaron las ponencias de la sesión de mañana a lo largo de toda la semana.

Dentro de este edificio se habilitaron diferentes salas para la celebración del festival, cada una de ellas con una función diferente.

1. Salón de actos

El salón de actos fue el espacio principal en donde se desarrollaron las sesiones de mañana y todos los ponentes pudieron exponer sus presentaciones e interactuar con los alumnos.

El aforo total es de alrededor de 250 butacas. Por un lado, la primera fila estuvo reservada durante toda la semana para profesores, ponentes, prensa y compañeros de sonido y comunicación. De esta manera se aseguró que cualquier ponente o profesor que quisiese ver todas o alguna de las Jornadas tuviese un sitio libre habilitado para este propósito. Por otro lado, el número de butacas destinadas a los alumnos inscritos fue de 210.

Tanto las pantallas como el equipo de vídeo y sonido se encuentra de por sí minuciosamente preparado en el propio salón de actos. Esto hizo que no fuese necesario llevar o preparar ningún material

adicional a excepción de un ordenador que poder conectar a la pantalla para las exposiciones. Sin embargo, cuando algún ponente decidió traer su propio ordenador portátil fue preferible que él mismo facilitase el cable con el que conectarlo y así evitar posibles problemas de incompatibilidad en la conexión.

2. Sala para la organización

Esta pequeña sala estaba dentro del propio espacio en donde se desarrollaron las sesiones de mañana. Su fin principal fue guardar todo el material necesario: *merchandising*, *catering*, listas de los alumnos inscritos, detalles para los ponentes, etc., así como los objetos personales de los miembros de la organización.

3. Sala de conferencias

En frente de la sala para la organización estaba la sala de conferencias. Este espacio estuvo destinado a la realización de las entrevistas a los ponentes una vez terminada su sesión.

A la entrada de este lugar se montó el *roll-up* a modo de fondo de la entrevista. Una vez concluida, el miembro de la organización que estaba con el ponente le entregaba el detalle de participación para posteriormente acompañarle a donde decidiese el invitado.

En alguna ocasión esta sala también sirvió como lugar de trabajo para los ponentes tanto antes como después de su presentación.

6.4.2 Aparcamiento del Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo

El aparcamiento de la Escuela de Magisterio estuvo destinado para un máximo de tres vehículos: el del propio festival y dos más, normalmente pertenecientes a profesores y/o ponentes.

Para poder utilizar este espacio y así facilitar el aparcamiento de los vehículos de los miembros de la organización y sobre todo de los ponentes fue necesario pedir un permiso de estacionamiento

con al menos dos semanas de antelación. Este aviso lo hizo el presidente de la edición en la Comisaría de Policía de Segovia.

Para que este permiso fuese aprobado, el presidente tuvo que facilitar un documento, previamente creado por la coordinadora, en el que se identificaron las matrículas de aquellos vehículos que iban a estacionar en el aparcamiento de la Escuela de Magisterio, incluyendo el día y el nombre de la persona responsable de cada vehículo.

6.4.3 Palacio de Quintanar

El Palacio de Quintanar fue la sede principal de los talleres realizados en las sesiones de tarde. En este caso fue la vicepresidenta, Genma González, la encargada de reservar e informar a los conserjes del edificio acerca de la celebración del festival, la fecha y las necesidades que se iban a tener: número de salas, equipo de sonido, equipo de vídeo, sillas, mesas, etc.

La organización previa en este edificio consistió en la preparación de las salas en donde tuvieron lugar las dinámicas. Cada taller tuvo un máximo de cuarenta alumnos, por lo que los espacios habilitados eran amplios y en su mayoría se necesitaron sillas y mesas extra para poder acomodarlos adecuadamente. Este material se tomó prestado de la Escuela de Magisterio.

7. Ponentes

La selección y contacto con los ponentes fue la parte fundamental de la organización de Publicatessen, ya que los profesionales invitados fueron el contenido clave del festival a lo largo de toda la semana.

7.1 Selección de ponentes

La selección de ponentes no fue aleatoria sino que existieron varios factores que influyeron en la elección. Entre los factores destacados, podemos citar:

- El número de veces que participaron en el festival.
- Su disponibilidad.
- La posibilidad de hacer frente a sus peticiones o exigencias.
- El grado de compatibilidad con la temática.
- El interés que podían causar en los alumnos.
- Las recomendaciones de ex-alumnos y profesores.

El objetivo principal a la hora de seleccionar a los ponentes fue conseguir que se adaptasen a la temática pero también a los alumnos. Por un lado, las ponencias debían ser amenas en contenido y tener el máximo número posible de perfiles profesionales para poder llegar a los gustos y curiosidades de todos los presentes. Para ello se decidió repartir la semana por temáticas y así poder diferenciar y condensar estos perfiles. Por otro lado, los talleres debían ser prácticos de manera que los estudiantes pudiesen poner en práctica algunas de las claves que habían aprendido en la sesión de mañana.

En síntesis, según el cumplimiento de estos factores y requisitos, desde la dirección del departamento y con la ayuda de la junta directiva y de los profesores encargados de las Jornadas se hizo una selección de ponentes que cumplía con las expectativas.

7.2 Contacto con los ponentes

Una vez seleccionados los ponentes fue momento de ponerse en contacto con ellos. La coordinadora y la secretaria fueron las principales encargadas de esta tarea.

El método que se siguió fue la repartición de los ponentes por días y temáticas. De esta manera, cada responsable estuvo encargada de todos los ponentes de un mismo día y así se aseguraban de que las ponencias o los talleres no coincidiesen. Esta táctica consiguió que cada compañera mantuviese un orden en los días elegidos y que el trabajo no se solapase, evitando así ponentes convocados a la misma hora o problemas de comunicación con cada uno de ellos.

Pese a esta táctica divisoria, la coordinadora y la secretaria estuvieron en continua comunicación desde el principio hasta el final; y trabajaron conjuntamente en la resolución de dudas, problemas o necesidades.

El medio principal para ponerse en contacto con los ponentes fue el correo electrónico oficial del departamento de Jornadas. Esta plataforma fue utilizada sobre todo en las primeras tomas de contacto para informar e invitar a los ponentes y para el envío de contratos y hojas de participación. A aquellas escuelas o ponentes que no conocían el festival se les adjuntó junto a la invitación un dossier informativo creado por el departamento de Diseño.

Por último, la comunicación con los ponentes o las escuelas fue continua desde el principio. Gracias a ella, ambas partes pudieron estar al día de todos los cambios o informaciones relevantes y así poder conseguir una comunicación rápida, fluida y bidireccional.

7.3 Resolución de problemas

A lo largo de todo el proceso de selección y contacto con los ponentes surgieron diferentes problemas que finalmente se solucionaron con la ayuda del equipo de Jornadas, la Junta directiva, ex-coordinadores y los profesores encargados.

Los problemas que más repercutieron sobre el equipo fueron los que tuvieron lugar pocas semanas antes del comienzo del festival. Estos problemas fueron los siguientes:

- Imposibilidad de participación de varios ponentes.
- Desconocimiento de detalles relevantes de una escuela confirmada.
- Posible huelga ferroviaria en la semana de celebración de Publicatessen.

1. Imposibilidad de participación de varios ponentes

La imposibilidad de que participase algún ponente que ya estuviese confirmado semanas antes del comienzo del festival fue uno de los grandes problemas a los que se tuvo que enfrentar la dirección del departamento.

Los ponentes normalmente vinieron en representación de una agencia de comunicación. En este caso, cuando a un ponente le fue imposible asistir, la propia agencia solucionó el problema encontrando a otro profesional que cubriese el hueco de su antecesor. En algunas ocasiones el ponente nuevo tenía un perfil profesional distinto al anterior; sin embargo, la temática de la ponencia fue la misma. La agencia supo el tipo de ponencia que el festival Publicatessen demandaba, por lo que también supo seleccionar a miembros de su equipo que pudieran cumplir con las expectativas.

Cuando el ponente era *freelance* o la propia agencia no supo enviar a alguien de su equipo, se tuvo que empezar desde cero. En estos casos, los compañeros, profesores o incluso los propios ponentes facilitaron el contacto con profesionales que pudieran cumplir con el perfil. Fueron ellos mismos los que tuvieron el primer contacto con los posibles invitados para que la comunicación fuese más informal y por tanto más rápida. Una vez se interesaban o estaban disponibles para participar en el festival, se pasó el contacto a la dirección y a partir de ahí se siguió con el proceso habitual.

2. Desconocimiento de datos relevantes de una escuela confirmada

Las escuelas fueron las principales interesadas en participar en Publicatessen por la posibilidad de darse a conocer y de que los alumnos quisieran seguir formándose en alguna de ellas. Por ello, cuando a una escuela le fue imposible participar en el festival por causas de fuerza mayor, se informó con la suficiente antelación con el fin de poder buscar opciones alternativas. Sin embargo, no siempre la comunicación fue rápida y fluida.

En esta edición se dio el caso de que a una semana de comenzar el festival la dirección aún desconocía información relevante sobre una escuela ya confirmada. La información desconocida era: cuántos ponentes participaban, título de la ponencia, título del taller, quién daba la ponencia, quién daba el taller, en qué medio de transporte se desplazaban, si comían con los organizadores del festival o por su cuenta; y si había necesidad o no de hotel.

Por aquel entonces el calendario del festival ya estaba publicado y los alumnos ya estaban inscritos a los talleres por lo que el problema era aún mayor.

Desde el primer momento en el que la comunicación con la escuela empezó a escasear se cambió de medio de contacto: del correo electrónico al teléfono. Al principio este medio tampoco pudo resolver el problema ante la imposibilidad de contacto con la escuela. Sin embargo, finalmente se consiguió mantener contacto directo y continuo por teléfono desde pocos días antes hasta el comienzo del festival.

3. Posible huelga ferroviaria en la semana de celebración de Publicatessen

El tren es el principal medio de transporte que eligieron los ponentes para desplazarse. La mayoría de ellos viajaron desde Madrid o Valladolid, algo que también benefició a la economía del festival. Sin embargo, un mes antes del comienzo del festival los medios de comunicación informaron sobre una posible huelga de Renfe a lo largo de la semana de celebración.

El primer paso que se dio fue informarse y trasladárselo a los ponentes. Una vez se asumió esta posibilidad se empezaron a buscar alternativas válidas, económicamente factibles y con las que los invitados estuviesen de acuerdo. La principal solución que se propuso fue que los ponentes se trasladasen en su propio vehículo, ya que era una forma de transporte cómoda para ellos y económicamente adecuada para el festival. Cuando esto no fue posible, se propuso como segunda opción el autobús, un medio que pese a resultar más incómodo que el AVE o que el tren no supuso un problema para los ponentes afectados.

Finalmente, la huelga no se celebró, se pudieron mantener los billetes que ya estaban comprados y se terminaron de obtener los que faltaban hasta una semana antes del comienzo de Publicatessen.

8. Programa de Jornadas: Ponencias y Talleres

Una vez todos los pasos estuvieron realizados y los asistentes a las ponencias y los talleres firmaron el contrato de colaboración con el festival, se cerró el calendario de la décima edición de las Jornadas del Festival Publicatessen.

Creamos varias versiones del calendario hasta que el departamento de Diseño pudo recibir el oficial

y realizar los folletos que serían repartidos y compartidos. Esta información fue modificada debido a varias bajas de los ponentes por motivos personales, por lo que la publicación final del calendario contó con algunos errores que no se pudieron subsanar debido a la falta de tiempo. La buena organización es fundamental para crear este calendario y establecer una tabla en un documento de *Google Drive* fue vital para tener siempre un punto de referencia al que acudir y observar los huecos disponibles entre las ponencias y los talleres.

Para dejar muestra de todos los cambios que pueden surgir durante la elaboración de las Jornadas de este festival mostramos la primera muestra del calendario que se fue rellenando con el paso de los días y las confirmaciones de los ponentes (Ver ANEXO I)

8.1 Calendario definitivo

Finalmente a una semana del festival se envió a imprenta el calendario definitivo de las Jornadas de la décima edición de Publicatessen. Este calendario siguió la misma línea estética que todos los documentos creados por el departamento de Diseño. (Ver ANEXO II)

Este calendario, como hemos comentado anteriormente, sufrió algunos cambios la semana anterior al festival. Estas modificaciones se pudieron subsanar a la perfección para dar comienzo a las jornadas. Durante cada día todos los ponentes asistieron en sus horarios y sin contratiempos, por lo que las jornadas de la décima edición de Publicatessen pudieron llevarse a cabo con normalidad.

8.2 Relación con el departamento de Diseño

Como ya hemos manifestado anteriormente, la comunicación es la base principal para que Publicatessen, en general, sea un auténtico triunfo. Para el departamento de Jornadas es vital poder estar en contacto con algunos departamentos y realizar tareas conjuntas. Los avances dentro del departamento de Diseño son imprescindibles para conseguir que las jornadas salgan adelante.

Por ello, las labores principales que se han de realizar con Diseño serían:

- **Elaboración de dossieres explicativos del festival para mandar a los posibles ponentes.** Estos documentos tiene que ser claros y llamar la atención para introducir en la persona que lo recibe el deseo de formar parte de Publicatessen y así facilitar la asistencia a las jornadas.
- **Realización de vídeos con los asistentes para que sean compartidos por el departamento de Comunicación en las redes sociales antes del inicio de inscripción a las Jornadas.** Todo el material que se compartió para dar a conocer a los ponentes y fomentar las ganas de asistir de los alumnos fue creado por el departamento de Diseño con la información que recibieron por parte del departamento de Jornadas.
- **Creación de las artes finales para mandar a impresión y el pack de bienvenida de la edición.** El subdepartamento de *merchandising* tiene que informar a Diseño de cuáles son las medidas y las especificaciones necesarias. Deberán reunirse en varias ocasiones para conocer todos los posibles cambios y que todo se realice dentro de los plazos.
- En el caso del subdepartamento de escenografía, aunque para la décima edición no fue necesario, podría ocurrir que alguno de los elementos que se quisieran colocar requieran de un diseño propio y más elaborado. En este caso el diálogo con el departamento de Diseño deberá ser igual que con el subdepartamento de *merchandising*, especificando detalladamente el qué, cómo y con qué tamaño.

Todas estas tareas podrían ser modificadas y ampliadas en relación a la correspondiente edición pero siempre con un buen diálogo que permita colaborar entre todos y formar el gran equipo de Publicatessen.

9. Organización y difusión previa a las Jornadas

Todos y cada uno de los pasos que realizamos para estas jornadas, y que hemos ido narrando en este TFG tienen la finalidad de que los alumnos de la Universidad de Valladolid, Campus de Segovia, sientan el deseo de asistir y sean cubiertas todas las plazas. Para ello la difusión, entre todos los posibles asistentes, es una labor que junto al departamento de Comunicación toma total importancia.

9.1 Objetivos

Para centrar las acciones se tuvieron en cuenta los siguientes objetivos:

- Hacer llegar toda la información relevante sobre las jornadas de la décima edición de Publicatessen a los alumnos y profesores interesados en el tema.
- Conseguir que cuando se abrieran las plazas de inscripción a las Jornadas se apuntasen el mayor número de alumnos posibles y todas las plazas fuesen cubiertas.
- Que la participación de alumnos sea lo más variada posible en cursos y edades.
- Comunicar a todos los ex alumnos y personas que siguen las redes sociales de Publicatessen, que este festival sigue en activo y que pueden disfrutar de él y de sus avances.

9.2 Acciones

Las acciones que se han llevado a cabo para informar y tener al día a todos los alumnos y seguidores del festival en esta décima edición han sido:

9.2.1 Pasa clases.

Para que todos los alumnos tuvieran constancia de este evento se realizaron pasa clases informativos sobre aquellos datos que debían conocer. Aprovechamos para animarles a participar en el espíritu Publicatessen del que ya formaban parte.

Se tuvo en cuenta el conocimiento sobre este festival del que se partía. Ya que, los alumnos de primero llegan desinformados y desconocen totalmente en que va a consistir este evento. Para ellos se realizaron unas exposiciones en clase más extensas y a la vez más atractivas. Se enseñaron vídeos de otros años y se contó la satisfacción personal y gran aprendizaje que se adquiere al participar en Publicatessen.

En cambio, los alumnos de segundo y tercero tenían una base sólida sobre lo que significa este festival por lo que con ellos nos centramos en recordar las fechas y los eventos de esta edición para que estuvieran al tanto de todo.

La forma de actuación fue la siguiente:

- Realizar un video explicativo de Publicatessen que diera muestra de cómo había sido otros años y lo que iba a ocurrir en esta décima edición. En él iban apareciendo el nombre tanto de los ponentes como de las agencias o escuelas que iban a participar en esta edición.
- Realizar una presentación en *Power Point* con el calendario de las actividades en torno a Publicatessen organizadas por el departamento de Patrocinio y Jornadas. Todas ellas identificadas con sus fechas y horarios. Dejamos constancia del lugar los casting para azafatos, la paella de Publicatessen, la acción del día de la mujer, el concurso de tortillas, la celebración del cumpleaños de nuestro festival, etc. Y como no, se mostraron los días oficiales de inscripción a las jornadas y su calendario oficial.
- Para transmitir este material, los organizadores de Publicatessen del departamento de Patrocinio y el departamento de Jornadas se ofrecieron a asistir a las clases del resto de cursos. En grupos de tres fuimos visitando cada una de las clases en el horario permitido por los profesores y expusimos todo lo deseado. Se resolvieron todas las dudas en aproximadamente 10 minutos.

Se cumplieron así los objetivos marcados y aumentó la difusión del evento mediante el boca a boca.

9.2.2 Medios de comunicación

Para dar difusión en un entorno más general, llegar a todos los habitantes de Segovia y a los interesados sobre publicidad fuera de la Universidad, nos pusimos en contacto con los medios de comunicación oportunos para la difusión de la información relevante a las Jornadas de Publicatessen. El departamento de Comunicación es el encargado de transmitir toda la información recibida por el departamento de Jornadas a los medios de comunicación, prensa, radio y televisión.

En esta edición la primera rueda de prensa, frente a los medios convocados, tuvo lugar el 12 de diciembre de 2017. Se trataron los temas referentes a la temática de la edición y los primeros avances.

De manera progresiva los medios impresos fueron incluyendo en sus noticias del día los eventos que se iban realizando para este Festival.

La presencia en medios fue relevante tanto antes como durante el progreso de las jornadas. Durante el desarrollo de las sesiones, varios periódicos locales se desplazaron a nuestras instalaciones para conocer las impresiones de los ponentes y, tras cada intervención, eran recibidos por el equipo de radio de la Uva para realizarles una entrevista.

9.2.3 Redes sociales

La presencia activa en redes sociales es fundamental para el buen desarrollo de Publicatessen. Toda la información relevante a las jornadas fue transmitida por nuestro departamento y distribuida por diferentes redes. Cada una de las Redes sociales fue utilizada siguiendo su mecanismo de comunicación y con un material que se adaptara a ella y su funcionalidad. Las más utilizadas fueron las siguientes:

- **Instagram;** esta aplicación sirvió para transmitir diariamente todas las actividades de Publicatessen mediante su *Instastories*. Su forma de difusión de información tan directa y temporal fue perfecta para la comunicación diaria. Del mismo modo la funcionalidad permanente de esta plataforma sirvió para compartir los carteles de la edición y comunicar las fechas en las que tendría lugar las jornadas. Durante el inicio y progresión de este evento, esta red social fue utilizada para los juegos que se realizaban cada día con todos los inscritos. Todas las mañanas, en el discurso introductorio de bienvenida de la jornada, se informaba de la temática del concurso diario. En varias ocasiones aquellas personas con intención de participar tuvieron que subir el material a concurso. Con el *hashtag* correspondiente estas fotografías participaban por premios como gafas de sol, menús en restaurantes y bonos de fotocopias.

- **Twitter**; se utilizó esta plataforma para dar toda la información relevante a las jornadas de la décima edición de Publicatessen, compartir lo que el resto de participantes del festival (ponentes y amigos) pusieran en sus perfiles, retwittear la información sobre nosotros y estar al tanto de lo que hablaban los medios sobre Publicatessen. Esta red social, con sus mensajes más extensos y la posibilidad de incluir fotos en ellos, fue más cercana y directa en cuanto a la transmisión del mensaje. Al igual que instagram fue utilizada por el departamento de Jornadas para la realización del concurso diario que tenía lugar en las ponencias de la mañana.
- **Web**; la página oficial de Publicatessen sirvió para anclar los mensajes relevantes de la organización de este festival. Se convirtió en un referente en la búsqueda de información sobre fechas y noticias de interés. Dentro de la web todos los coordinadores y subcoordinadores de cada departamento tuvieron presencia con su foto oficial.
- **Facebook**; esta red social cumplió todas sus expectativas de su funcionalidad. Durante el desarrollo de las jornadas de este festival, y previas a ellas, se compartió quiénes serían los asistentes con sus fotografías y referencias. Tras la ponencia se subrayaba una frase relevante acompañada de su imagen y se compartieron fotografías de todos los asistentes dentro del espacio. Se realizó material para compartir en diferentes lugares creando unión entre todos los que siguen a Publicatessen en Facebook:
 - Página; es donde mayor número de *Likes* tiene este festival, por lo que todos los mensajes que se tramiten mediante ella llegaban a un público amplio que estaba realmente interesado en el tema. Desde esta página se contestaban a todos los mensajes de los seguidores y se resolvieron las dudas pertinentes de manera rápida y eficaz. Todo lo que se compartió fue desde esta página oficial y ahora cuenta con toda la información relevante de lo que ha sido la décima edición de Publicatessen.
 - Eventos: mediante la creación de estas claras referencias con fecha y hora, se compartió todos los momentos más importantes. Estos eventos aumentaban

el conocimiento de los plazos de esta edición y llegaban de manera directa a los perfiles de los seguidores de Publicatessen.

- ***Streaming***: desde la página oficial de Facebook se compartió el enlace al seguimiento en vivo de las jornadas de la décima edición de Publicatessen. Este *streaming* fue creado desde el Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio) y transmitido a través de *YouTube*.
- **YouTube**: el perfil de Publicatessen dentro de esta plataforma sirvió para compartir el material audiovisual de las jornadas y compartir la presentación de los que serían los asistentes. También, como hemos nombrado anteriormente sirvió para llegar a todas aquellas personas que se quedaron sin entrada de las jornadas o que no pudieron asistir. Se pudo así introducir las jornadas de la décima edición del festival en las casas de todas las personas que lo desearon.

9.3 Relación con el departamento de Comunicación

Todas las acciones en los medios anteriormente nombrados forman parte de labores del departamento de Comunicación por lo que el flujo de información debe ser constante en todo momento.

9.4 Casting de azafatos

La elección de aquellas personas que participarán activamente en el festival y ayudarán en todo momento a las indicaciones de los responsables de las Jornadas es decisión de la coordinadora y el resto del equipo. Para ello se llevó a cabo un *casting* que sirvió para conocer a aquellos alumnos que deseaban serlo y decidir quienes serían las diez personas elegidas.

En este *casting* podían participar todos los alumnos del campus María Zambrano de Segovia con inquietudes en Publicatessen, sin diferencias ni restricciones en cuanto al curso o a la carrera que estudiaran. Para su difusión el departamento de Diseño elaboró un cartel con la hora, el día y el aula en la que tendría lugar el casting. Este cartel fue difundido por el departamento de Comunicación en

redes sociales y se imprimió para su colocación en el ágora del campus María Zambrano de Segovia.

Figura 9.1: Cartel informativo del Casting de Azafatos para las Jornadas de Publicatessen.



Fuente: *Festival Publicatessen*

El cartel fue difundido el día 21 de febrero por todos los medios y llevó a cabo el casting el día 22 del mismo mes en el Aula G.011 de 18:00 a 20:00.

Durante esas horas estipuladas los candidatos a azafatos fueron entrando de uno en uno. Dentro del aula la coordinadora y cuatro responsables del departamento de Jornadas esperaban para recibirlos y hacerles una serie de preguntas que sirvieran para conocer las inquietudes y ganas de los asistentes. Las preguntas que se realizaron a todos los alumnos fueron las siguientes.

- Nombre y curso. E-mail.
- ¿Cuándo conociste Publicatessen?
- Descríbete con tres adjetivos.

- ¿Has trabajado alguna vez en algún evento?
- ¿Qué crees que puedes aportar tú al festival? y ¿qué crees que el festival puede aportarte personalmente?

Una vez recopiladas todas las respuestas, la secretaria del departamento pasó todos los nombres de los candidatos con las anotaciones y sensaciones que se habían obtenido de cada uno de ellos. A posteriori la coordinadora, con ayuda del resto del equipo, decidió quiénes serían las diez personas que pasarían a formar parte activa del equipo de Jornadas de la décima edición de Publicatessen.

Estos elegidos recibieron un correo de parte de la secretaria de Jornadas informándoles de que habían sido seleccionados y que en breve nos pondríamos en contacto con ellos para darles más detalles sobre sus funciones y horarios. Igualmente se les pidió que nos facilitasen su talla de camiseta para poder encargarse de las prendas que formarían parte de su uniforme.

Para crear unidad en el equipo y facilitar la comunicación entre los azafatos se creó un grupo de *WhatsApp* con todos los participantes, la coordinadora y secretaria.

El funcionamiento activo de ese grupo y el comienzo de la actividad de estos ayudantes comenzó antes de que tuvieran lugar las jornadas de Publicatessen. La involucración de los azafatos comienza la semana anterior al inicio con la acomodación de los espacios en donde tendrán lugar las ponencias y los talleres de las jornadas.

Su principal función en este tiempo fue la de asistir a la organización y cooperar en el acomodamiento del Palacio de Quintanar y el Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio). En estos lugares se realizaron, como hemos nombrado anteriormente, las ponencias y los talleres de las jornadas y tuvieron que prepararse para recibir al número de personas inscritos a las mismas. Su cometido fue ayudar a colocar el número de sillas necesario en el Palacio de Quintanar y acomodar las mesas según el tipo de taller que se fuera a llevar a cabo. Así como, situar el mobiliario de la entrada y el atrezzo necesario para el comienzo de las ponencias en el Edificio Vicerrector Santiago Hidalgo (antigua Escuela de Magisterio).

Siempre que fue necesaria ayuda para el transporte de materiales, movimiento del *merchandising* y trasladar todo lo necesario a los espacios destinados para determinados fines, los azafatos mostraron su disposición y se esforzaron para que las jornadas estuvieran listas para su puesta en marcha.

En cuanto a la semana en la que tuvo lugar el desarrollo de las jornadas, las funciones de los azafatos cambiaron pero su implicación se mantuvo.

Durante los cuatro días que duraron las ponencias y talleres, los horarios de los azafatos fueron los mismos que los de todos los miembros del departamento. Su asistencia no fue diaria. Dependiendo de las preferencias de cada uno de ellos se les asignaron dos días de trabajo. Se hicieron por tanto dos grupos de azafatos que se iban intercambiando durante la semana.

El primer día a primera hora su función principal fue la de recibir a los asistentes, ayudar a dar el *merchandising* y colocar las pulseras que sirvieron para controlar la asistencia durante toda la semana. Más tarde se dispusieron por el salón de actos controlando los asientos, comprobando que no hubiera sitios libres entre los asistentes y manteniendo el orden y el silencio durante las ponencias. Una vez que cada ponencia terminaba ayudaban a los organizadores durante la ronda de preguntas fomentando la rapidez de las mismas e intentando que se escuchasen correctamente.

En los descansos de cada día colaboraron con la colocación del desayuno, las mesas y en la tarea de servir a todos los asistentes.

9.4.1. Relación con el departamento de Gala

Para la gala que tiene lugar el último día de las jornadas y que pone fin a Publicatessen era necesario un departamento que llevase a cabo toda la organización y control. Este equipo tiene funciones muy personales y un nivel de secretismo muy elevado por temas de guión, presentadores y puesta de escena que no deben conocerse hasta el momento oportuno.

El departamento de Jornadas y este departamento tiene que estar en contacto para conocer las fechas de actuación más relevantes. Sobretudo intentar no solapar, en hora y día, la inscripción de las

jornadas con la recogida de piezas para las categorías que se presentan a concurso. También se deben conocer a los asistentes que darán ponencia y/o taller durante las jornadas, ya que, todos ellos recibieron por parte del departamento de Gala una invitación personal e intransferible. Para poder mandar el acceso a la gala y reservar su asiento en el patio de butacas, el departamento de Jornadas tuvo que facilitar el contacto de cada uno de ellos con la mayor brevedad posible.

Una vez en la Gala, la coordinadora y la secretaria de Jornadas tuvieron que esperar en la puerta del Teatro Juan Bravo (lugar donde tiene lugar tal evento) para recibirle y entregarle la entrada personalmente.

10. Inscripción a las Jornadas

La inscripción a las Jornadas fue una parte importante que se gestionó con la ayuda de la FunGe.

10.1 Gestión del proceso de inscripción y relación con FunGe

La FunGe es la Fundación General de la Universidad de Valladolid y es la responsable de facilitar y gestionar todos los documentos necesarios para planificar el proceso de inscripción. La sede que tiene en el Campus de Segovia se encuentra junto a reprografía y el servicio de deportes; y su responsable es Paula Gamba Mariné.

Una vez cerrado el calendario se procedió a gestionar las inscripciones. Desde el primer momento en el que se empezó con este proceso se mantuvo una relación continua con la responsable de la FunGe tanto en primera persona como a través del correo electrónico oficial de Jornadas.

10.1.1 Documentación necesaria

La gestión de las inscripciones a las Jornadas del festival Publicatessen se hizo a través de dos documentos facilitados por la propia Fundación:

- El Artículo 83 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades para Cursos de Extensión Universitaria y de Formación Continuada.
- Documento con los datos necesarios para dar de alta un curso en la web de la FunGe.

a) Cumplimentación

1. Artículo 83 de la Ley Orgánica 6/2001

En este documento se especificaron datos como:

- Nombre de la directora del trabajo.
- Características del curso.
- Profesores Uva que se comprometen a asumir la ejecución del curso.
- Presupuesto económico del curso.

Este artículo era un documento modificable que se rellenó íntegramente a ordenador por la directora del trabajo y la coordinadora. Posteriormente se imprimió, fue firmado por la profesora M^a Ángeles Núñez y entregado a la responsable de la FunGe.

2. Documento con los datos necesarios para dar de alta un curso en la web de la FunGe

En este documento se especificaron datos como:

- Datos generales del curso.
- Fechas.
- Precios.
- Horario del curso.
- Duración.
- Descripción del curso.
- Programa del curso.

En esta décima edición se ampliaron las plazas para los alumnos inscritos a 210, diez plazas más que el año anterior. Por un lado, la matrícula ordinaria tuvo un coste de cuarenta y cinco euros. Este tipo de inscripción estaba destinada a aquellas personas que no eran alumnos o trabajadores de la UVa. Por otro lado, la matrícula especial tuvo un coste de treinta y cinco euros; y de ella se pudieron beneficiar personas directamente ligadas a la UVa.

El programa del curso se redactó en este documento y a petición de la responsable de la Fundación también se le envió en documento PDF a su correo electrónico personal.

El “Reglamento de Reconocimiento de otras actividades Universitarias en los Grados de la Universidad de Valladolid” (BOCYL, 3 de junio de 2011) dispone que los cursos ofertados por la Fundación General de la Universidad tengan un reconocimiento de 1 crédito ECTS por cada 25 horas de actividad. Las Jornadas de esta edición tuvieron un total de 31 horas, por lo que los alumnos que consiguieron inscribirse y obtener su plaza también tuvieron la oportunidad de reconocimiento de ese crédito una vez terminado el curso.

Por último, este documento se cumplimentó también a ordenador por la coordinadora del departamento e, igual que el anterior, se entregó en mano a la responsable de la FunGe.

b) Proceso de aprobación

La cumplimentación de los documentos tuvo lugar una semana antes de la apertura de las inscripciones. Una vez entregados, comenzó el proceso de aprobación desde la Fundación, el cual tardó alrededor de una semana.

Una vez aceptada la documentación, la página web de la FunGe se actualizó con toda la información obtenida de los dos informes cumplimentados y la propia entidad facilitó el *link* de inscripción a la coordinadora del departamento. Posteriormente este enlace fue entregado al departamento de comunicación para que pudiesen publicarlo en las redes sociales del festival y que todas las personas interesadas en inscribirse tuviesen acceso directo a él.

10.1.2 Relación con la FunGe una vez celebrado el festival

La relación con la FunGe tras el festival se basó únicamente en la entrega de un listado con los alumnos merecedores de la entrega de 1 crédito ECTS.

Una semana después del final de Publicatessen, y tras haber revisado las listas de asistencia a las ponencias y talleres, se entregó el listado a la responsable de la Fundación.

10.2 Gestión del proceso de inscripción

El proceso de inscripción se programó para comenzar el día 27 de febrero de 2018 a las 00:00 horas y finalizar el 9 de marzo de 2018 a las 23:59 horas. Sin embargo, la apertura de la plataforma se adelantó media hora y los alumnos comenzaron a inscribirse antes de lo previsto. Alrededor de las 00:20 horas las plazas se agotaron.

Con cada inscripción fue llegando un mensaje al correo electrónico del departamento y con él toda la información relevante del alumno. Días después, la FunGe envió el listado con los alumnos inscritos, así como la hora a la que lo hicieron. Estos datos sirvieron posteriormente para la organización de la elección de los talleres.

10.3 Inscripciones externas a la UVa: UEMC

Por segundo año consecutivo, la Universidad Europea Miguel de Cervantes se puso en contacto con el departamento para acudir a una de las Jornadas de la décima edición. En concreto, la del miércoles 14 de marzo con la temática “Eventos y experiencias”.

La inscripción de la UEMC se gestionó con Mónica Matellanes, profesora de la Universidad y principal encargada de realizar los trámites correspondientes: compra de entradas, compra de billetes, traslado de los alumnos, etc. Todos ellos asumidos económicamente por la propia UEMC.

Una vez conocido el número y el listado de los alumnos que iban a disfrutar del festival, la coordinadora calculó el importe relativo a una Jornada en base al precio especial. Pese a no pertenecer a la UVa la presencia de una universidad externa dio al evento un reconocimiento y una fama muy favorecedores y enriquecedores para el futuro de Publicatessen. Por ello, se decidió cobrar el importe de nueve euros por persona en lugar de once, que es lo que correspondería al precio ordinario.

Una vez realizado el pago, la responsable envió el justificante del abono a la coordinadora y ésta a su vez a la tesorera.

Finalmente, acudieron un total de 23 personas: 21 alumnos y 2 profesoras. Todos ellos disfrutaron únicamente de la sesión de mañana, al contrario que en la pasada edición que también participaron en la sesión de tarde. Una vez finalizadas las ponencias, se les hizo entrega de un lote de *merchandising* a cada uno de los alumnos.

A petición de la administración de la UEMC, la tesorera creó una factura en la que se reflejó el pago y la asistencia a las Jornadas de la décima edición de Publicatessen. Una vez enviada la factura la comunicación con la Universidad se dio por concluida.

10.4 Resolución de problemas

El incidente en la plataforma de registro de inscripciones de la FunGe provocó no solo que muchos de los alumnos que se habían ceñido al horario no consiguiesen realizar la compra y por tanto se quedasen sin plaza; sino también que algunos alumnos consiguiesen su plaza por encima del aforo. Esta situación tuvo la consiguiente disconformidad con este método de inscripción y con el festival.

Desde el departamento, y con la ayuda de los profesores coordinadores del departamento, se trató de compensar a aquellos alumnos que inicialmente consiguieron su plaza pero a los que posteriormente, por problemas de aforo, se les tuvo que retirar. Además de volver a ingresarles el dinero correspondiente a la entrada y pedir disculpas públicas por las principales redes sociales del festival, se pensó en la posibilidad de que los alumnos afectados pudiesen asistir al menos a una jornada de manera gratuita. Esta sesión correspondería con aquella en la que algunos alumnos iban a asistir al

concurso organizado por el Parque Tecnológico. Sin embargo, la Universidad Europea Miguel de Cervantes ya había confirmado su asistencia y realizado todos los trámites burocráticos y económicos correspondientes. Por ello, se tuvieron que priorizar las decisiones en base a lo que ya estaba organizado y finalmente no se pudo invitar a los afectados a la sesión.

En definitiva, los principales problemas a los que se tuvo que hacer frente en la gestión de las inscripciones fueron:

- Apertura adelantada de la plataforma para realizar las inscripciones
- Asistencia de los alumnos de la UEMC y gestión del aforo

1. Apertura adelantada de la plataforma para realizar las inscripciones

La apertura adelantada de la plataforma habilitada para la inscripción fue un problema de la propia aplicación. Una vez rellenados y aprobados los dos documentos de la FunGe, la gestión y responsabilidad del enlace y del propia sitio web fue únicamente de la Fundación.

Esta antelación no sólo hizo que las plazas se terminasen poco antes de la hora real de apertura (00:00h) sino que además permitió que los alumnos se siguiesen inscribiendo una vez las plazas ya estaban agotadas.

El problema se trató directamente con la FunGe y fue la propia Fundación la que se encargó de recopilar el listado de alumnos inscritos y de reducir la lista a 210, tal y como se había acordado desde un principio. A los alumnos que finalmente se quedaron sin plaza se les reembolsó el importe correspondiente. De este trámite también se hizo cargo la responsable de la Fundación del Campus de Segovia en colaboración con la Coordinadora del Área de Formación de la FunGe.

2. Asistencia de los alumnos de la UEMC y gestión del aforo

El aumento en diez alumnos del aforo del Salón de Actos de la Escuela de Magisterio hizo que fuese imposible que los alumnos inscritos de ambas universidades tuviesen plaza en la misma Jornada, aun teniendo en cuenta que al menos un 20% de los alumnos de la UVa no acudiría.

El fallo en la plataforma de inscripción hizo que en un primer momento se pensase en dar la oportunidad a los alumnos que quedaron sin plaza una vez comprada de acudir a esta Jornadas en lugar de a los alumnos de la UEMC. Sin embargo, esta universidad ya tenía todo tramitado y finalmente se decidió seguir con la organización tal y como estaba. De todas formas, el problema en el aforo hubiese sido el mismo.

Para que no hubiese exceso de aforo y todos tuviesen plaza, uno de los talleres del martes en la sesión de tarde organizó un concurso que se resolvió el miércoles a lo largo de toda la mañana en la biblioteca del Campus María Zambrano. De esta manera, el hueco de los que participaron en el concurso quedó libre para los alumnos de la UEMC.

11. Ejecución de las Jornadas de la X Edición del festival Publicatessen

El 12 de marzo de 2018 comenzó el festival. Este fue el momento en el que se empezaron a ver los resultados de todo el trabajo del departamento de Jornadas después de más de cuatro meses y medio de organización.

11.1 Organización previa al comienzo de las Jornadas

Antes del comienzo de las jornadas y del festival se crearon varios listados de alumnos divididos en dos bloques separados por orden alfabético. Uno de estos listados se destinó para pasar lista previa al comienzo de la primera jornada. A medida que cada alumno llegaba y se registraba en el evento, se le entregaba el *merchandising* correspondiente.

La primera jornada fue decisiva. En ella se vieron los fallos, los aciertos, las necesidades y se prepararon los cambios para el resto de sesiones.

11.1.1 Ponencias

Antes del comienzo de cada ponencia fue importante repasar el itinerario del día para asegurar que cada miembro del equipo tuviese claras sus funciones durante la sesión de mañana. Incluidos los azafatos y azafatas.

Igualmente, se preparó la escenografía tanto de la entrada como del escenario y la encargada del sonido y el vídeo dejó el equipo preparado minutos antes de la apertura de puertas. Desde el comienzo de la mañana la comunicación entre la coordinadora y los compañeros encargados de la recogida y traslado de los ponentes fue constante.

11.1.2 Talleres

En esta edición la sesión de tarde comenzó a las 16:30 horas. Los miembros del equipo, tanto los que comieron con los ponentes como los que no, estuvieron en el Palacio de Quintanar alrededor de las 16:15 horas para poder acondicionar la sala que le había sido asignada y solucionar posibles problemas inesperados que podían surgir: falta de algún material que el ponente necesitase, fallo en el vídeo o en el sonido, etc.

Por otro lado, también se prepararon los listados de alumnos que estaban apuntados a cada sesión. Estos documentos fueron facilitados por la coordinadora y de este modo cada compañero encargado tenía la hoja correspondiente acorde al turno de su taller.

11.2 Organización durante el desarrollo de las Jornadas

Una vez comenzó la primera ponencia de cada jornada lo esencial para conseguir un buen desarrollo de las sesiones fue respetar y ceñirse al itinerario. De esta manera cada compañero supo qué hacer en cada momento. De todas formas, tanto la coordinadora como la secretaria estuvieron siempre visibles y en constante comunicación con todo el equipo para cualquier duda, sugerencia o necesidad que apareciera tanto en las sesiones de mañana como en las de tarde.

s

11.2.1 Ponencias

Por un lado, durante la celebración de las ponencias lo más importante fue que aquellos compañeros que estuvieron a cargo de uno o varios ponentes estuviesen siempre pendientes de ellos y no les dejaran solos si no era por petición propia. Los ponentes son los invitados, por lo que se evitó que se sintiesen desatendidos.

El orden que se siguió para este cometido fue:

1. Bienvenida a las puertas del Edificio de Magisterio.
2. Charla con el ponente para explicarle el modo de proceder: Presentación - Ponencia - Ronda de preguntas. Así como para resolver las posibles necesidades que pudiese tener.
3. Recogida y guía hasta la sala de conferencias para que le realizasen la entrevista.
4. Entrega del detalle de participación en el festival.
5. En el caso de que cogiese el tren de vuelta nada más terminar: acompañamiento hasta el vehículo oficial de Publicatessen, presentación del chófer y del copiloto; y despedida.
6. En el caso de que se quedase a comer o cogiese el tren de vuelta más tarde: cumplimiento de las apetencias del ponente: ver las demás ponencias, buscar un lugar en el que pueda trabajar (la propia sala de conferencias sirvió para este fin), etc.
7. Acompañamiento hasta el vehículo oficial de Publicatessen, presentación del chófer y del copiloto; y despedida.

Por otro lado, durante la celebración de la última ponencia del día la coordinadora pasó la hoja de firmas a los alumnos inscritos para que pudiesen dar constancia de su asistencia. Igualmente, antes de concluir la sesión de mañana se prepararon las copias de los listados de alumnos y el taller al que estaban apuntados y se dejaron preparadas en las mesas de la entrada. De esta manera cada alumno pudo confirmar tanto el taller como el turno al que estaba inscrito.

11.2.2 Talleres

Dentro de cada taller siempre hubo como mínimo una persona del equipo. Sus funciones principales fueron:

- Estar pendiente del correcto funcionamiento del taller.
- Cubrir las posibles necesidades que pudiese tener el ponente.

11.3 Organización después del desarrollo de las Jornadas

Una vez concluida cada sesión la función del equipo consistió en acondicionar los espacios correspondientes y dejarlos preparados para la jornada siguiente.

11.3.1 Ponencias

Tras cada sesión de mañana, y por petición previa de los conserjes encargados de la Escuela de Magisterio, el equipo de Jornadas reacondicionó el escenario. Esta puesta a punto consistió en ocultar tras el telón todos los objetos que formaban parte de la escenografía de Publicatessen y dejar el escenario visiblemente libre.

11.3.2 Talleres

Finalizadas las sesiones de tarde, el equipo de Jornadas reacondicionó cada sala utilizada para los talleres. Esta preparación consistió únicamente en la colocación de las mesas y las sillas. De esta manera al comenzar la sesión de la Jornada siguiente todas las salas estuvieron listas y preparadas para su uso.

12. Evaluación de resultados

Una vez finalizado el evento procedemos a la evaluación de los resultados obtenidos en función de los objetivos marcados.

Son varias las perspectivas que podemos analizar y valorar en relación a las características de cada una de las funciones que se llevaron a cabo.

En primer lugar la organización realizada por la coordinadora y la secretaria del departamento de Jornadas de la décima edición de Publicatessen. Como se planteó en un primer momento, la comunicación fue fundamental y se mantuvo de manera satisfactoria en todos los sentidos. El trabajo realizado cumplió con creces las expectativas esperadas. La información sobre este festival y su forma de realizarse fue transmitida a los ponentes y participantes de los talleres con éxito. Con esto se con-

siguió contar con un total de 14 ponencias y 16 talleres, y un total de 34 profesionales de diferentes sectores de la publicidad y las relaciones públicas conocieron en persona el festival y se fueron de contentos con los resultados.

En lo referente al resto del equipo del departamento de Jornadas, cada uno de los subdepartamentos funcionó como era debido y las acciones tuvieron los resultados esperados tanto por todos los organizadores del festival como por los alumnos inscritos. El material de *merchandising* estuvo preparado y fue entregado a todos los asistentes, el escenario de la décima edición de las jornadas brilló con luz propia, los desayunos consiguieron cubrir las necesidades de 250 personas y los conductores realizaron todos los trayectos entre las diferentes estaciones de Segovia llevando a cada asistente en su momento justo y cumpliendo los horarios establecidos. Por otro lado, ya en la semana oficial de las jornadas, todos los ponentes recibieron una cordial bienvenida y su correspondiente presentación ante el público por parte de los miembros del equipo de Jornadas. Recibimos unas bonitas palabras de agradecimiento por su parte una vez abandonaron nuestro festival.

Las instalaciones que se prepararon para todas las actividades cumplieron con su objetivo y dieron todas las comodidades a los 250 inscritos. Temas como aseos, aire acondicionado, equipo de sonido, iluminación y las pantallas para las presentaciones visuales, no supusieron ningún tipo de problema para el desarrollo exitoso de las jornadas de Publicatessen.

En cuanto a la previa difusión de las jornadas, todos los alumnos, gracias a las acciones que se llevaron a cabo por las clases y al departamento de Comunicación descubrieron el corazón de este festival. Muchos sintieron las ganas de asistir y el número de inscritos a estas jornadas superó todos los récords de las pasadas ediciones.

Las plazas de las que disponíamos para alumnos de la Universidad de Valladolid, campus de Segovia tardaron 20 minutos en agotarse. Esto produjo que muchas personas que no se encontraban en el momento exacto de su apertura se quedaron sin su plaza y con las ganas de asistir. Aunque la gran participación en las Jornadas de Publicatessen fue algo muy positivo, no poder dar cobijo en las instalaciones a todas aquellas personas que desean acudir es un problema que no dejó crecer a este festival como debería.

En general las jornadas de la décima edición de Publicatessen fueron un auténtico éxito que no defraudaron a nadie. Se cumplieron los objetivos esperados y todos los miembros del equipo formado para el departamento de Jornadas estuvo orgulloso del gran esfuerzo realizado.

13. Conclusiones finales

El desarrollo del único festival publicitario y universitario de España es un aprendizaje de gran escala para un estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas. Nos hizo involucrarnos de lleno en el mundo técnico de diferentes sectores de esta profesión.

Tanto la coordinadora como la secretaria del departamento de Jornadas gozamos de una carga de trabajo muy elevada. Tuvimos que invertir muchas horas de dedicación y esfuerzo dentro de nuestro tiempo libre. Al recibir esos cargos fuimos conscientes de que adquiriríamos una serie de responsabilidades con y para el festival y el resto de alumnos y participantes; y mantuvimos este liderazgo en todo momento.

Aprendimos a solucionar problemas con la mayor brevedad y eficiencia posible. Muchos de los inconvenientes que nos encontramos durante la organización de Publicatessen y dentro del departamento de Jornadas se escapaban a nuestro trabajo. Por lo tanto estos errores, que siempre están presentes por el devenir de las cosas, fueron un gran reto que conseguimos superar.

La colaboración entre todos, equipo, educadores, amigos y conocidos, fue fundamental para poder llevar a cabo con éxito este festival. Algunos miembros del claustro interesados en Publicatessen, como el profesor Alberto Martín, fueron de gran ayuda. En los momentos de máxima desesperación por la caída de algún ponente o algún error de comunicación estar en contacto con ellos, veteranos del festival, nos dio fuerza y tranquilidad. Todos los miembros del equipo conseguimos que todos los ponentes definitivos, tanto durante el proceso de contacto como el día de su participación recibiesen un trato agradable, disfrutasen y se fuesen con un buen sabor de boca.

La relación entre la coordinadora y la secretaria del departamento de Jornadas fue constante y de una confianza plena. El vínculo creado entre los miembros de equipo de Publicatessen creció y se

mantendrá en el tiempo. Por lo que nos gustaría terminar con que, analizando los pros y contras que tienen organizar estas jornadas y gestionar el departamento, es una gran referencia profesional de la que estamos orgullosos y enriquecidos.

14. Consejos y propuestas de mejora

Analizando todo lo que se hizo y la manera en la que se actuó en cada momento, sugerimos una serie de consejos y manifestamos las mejoras que incluiríamos de cara a las siguientes ediciones. Esperamos así que este festival crezca sobre su sólida base y que se convierta en un referente del sector.

En primer lugar nos gustaría recomendar realizar una propuesta más profesional del logotipo y/o el cartel de la edición, permitiendo que se presenten a concurso ex alumnos y miembros de la Escuela de Arte y Superior de Diseño “Casa de los Picos” de Segovia. En definitiva, convertirlo en un concurso público y aumentar así la participación y el conocimiento de la marca. Esta identidad visual de la edición es la cara visible de todo el festival y estará presente no solo entre los alumnos de la actual promoción, sino también ante todos los que ya pasaron por aquí y comparten las redes sociales de Publicatessen. Por ello, aunque no menospreciamos la calidad de las piezas presentadas por los todavía universitarios del campus María Zambrano, pensamos podría ser interesante ampliar el rango de participación a profesionales del sector o a miembros de otras instituciones. Esto aparte de que le daría mayor profesionalidad, sería una buena carta de presentación al sector y aumentaría el conocimiento del festival Publicatessen en otros ámbitos.

Otro de los asuntos principales cuando comienza a tomar forma este festival, es la elección de la temática de la edición. Nos gustaría proponer que para su elección se tome en mayor consideración al departamento de Jornadas, que en definitiva son los que van a tener que trabajar en torno a él durante todo el festival. Pensamos facilitaría mucho las cosas si entre todos los miembros del equipo se visualizan los temas propuestos por aquellos estudiantes de 4º que se presentan al concurso. Analizar los pros y contras en conjunto y finalmente votar democráticamente a aquel que les parezca más adecuado. En caso de empate o desacuerdo la coordinadora sería la encargada de decidir que es lo más valioso y mejor para el desarrollo de las jornadas. Si esto creara polémica o se establecie-

ra alguna controversia, la junta directiva podría involucrarse para solucionar y llegar a un acuerdo correcto entre todos.

Para la elección de los azafatos nos parece favorable que haya representante de todos los cursos entre los seleccionados. Ellos mismos serán un vínculo con sus propios compañeros y conseguiremos así llegar a todas las promociones del campus María Zambrano. Eso sí, nos gustaría recomendar que estas personas tuvieran un conocimiento real de lo que consiste este festival y a poder ser que hayan participado en alguna edición anterior. Los azafatos tiene unas largas horas de dedicación con este evento y puede ser muy pesado para aquellos que no han visto anteriormente cómo funciona y cuáles suelen ser los *timing*.

Siguiendo con los azafatos, en esta décima edición se les obsequió con una camiseta de la promoción. Su función es primordial, por lo que es aconsejable que cada año se les de un obsequio que les sirva de motivación y así premiar su ayuda.

Por último, los mayores problemas que ha tenido la organización del departamento de Jornadas ha sido lidiar con las incidencias propias del aforo y de la forma de inscripción.

Por un lado, en cuanto al aforo, se pensó en la posibilidad de trasladar las sesiones al I.E.S Andrés Laguna. Sin embargo, su desvinculación con la Universidad de Valladolid hizo imposible su uso. Por ello, de cara a otras ediciones sería recomendable tratar de conseguir un espacio más amplio y óptimo para que nadie se quede fuera del disfrute del festival.

Por otro lado, en esta edición se ha demostrado que la forma de inscripción a las jornadas mediante la plataforma de la FunGe es un medio inestable. Por ello creemos que una nueva plataforma en la que poder realizar todo este proceso aseguraría las plazas, el cumplimiento del aforo y además mejoraría tanto la interacción de los alumnos con el festival como la propia imagen de éste.

15. Recursos en red

Festival Publicatessen (2017 - 2018) Disponible en: www.festivalpublicatessen.com

Fundación General de la Universidad de Valladolid (2017-2018) Disponible en: www.funge.uva.es

ANEXO I: Calendario orientativo de organización de jornadas (Parte 1: Ponencias)

Ponencias	Lunes. 12 Creatividad y Diseño.	Martes. 13 Innovación digital e influencer.	Miércoles. 14 Eventos y experiencias.	Jueves. 15 Anunciantes y Masterclass.
9:00 - 09:30 09:30 - 10:00	ACREDITACIONES PRESENTACIÓN	La criatura Creativa Hugo Gómez "El día que me enamoré de la publicidad"	DIVISADERO Jaime Quintana. Inteligencia emocional (Provisional)	
10:00 - 11:00	SAATCHI & SAATCHI Cristina Montero y Carlos Gomez. "Con chinos y a lo loco"	Keeper Experiencie. Sergio Barreda (CEO) y Francisco García (Youtuber- digital PR) "Marketing de influencia, los nuevos líderes de opinión"	BEON WORLD WIDE ANDER Bilbao "Eventos como herramienta de comunicación y experiencias"	RK PEOPLE. Jose María Mayorga "El sexo en la publicidad"
11:00 - 11:30	Coffe Break	Coffe Break	Coffe Break	Coffe Break
11:30 - 12:30	EL DESPACHO DE KOTLER Agus Scab "La Creatividad del futuro: Cómo afectará la evolución tecnológica"	LA DESPENSA Auxi y Jorge Tabanera	EDELMAN Ana Herrero Velasco y Luis Hernández	SAPRISTI David Adelantado, Iñaki Díaz y Alfred Pavía. "Tenemos 14 pero aparentamos 10"
12:30 - 13:30	DB MAESTRO Angel Espinosa y Marta Martín. "El diseñador como agente de cambio"	ZINK	LAST LAP Alberto Castellanos "Del Vicente Calderón al Wanda metropolitano. Evento deportivo en gran formato y experiencia del aficionado"	12:30 - 14:30 MASTERCLASS Alma Gomis - Brother Valencia María García - Creatividad Digital Brother Madrid Ana Benitez - Brother Barcelona Ana Cara - Brother Barcelona
13:30 - 14:30	MESA REDONDA ALUMNOS	MESA REDONDA ALUMNOS	MESA REDONDA ALUMNOS	Brother

ANEXO I: Calendario orientativo de organización de jornadas (Parte 2: Talleres)

Talleres				
16:30 - 18:30 18:30 - 20:30	INSTASHOOT Nekodificador	ZINK Beca en taller	TEQUILA WORKS Cómo hacer un guión de videojuegos (Provisional)	GALA
16:30 - 18:30 18:30 - 20:30	DB MAESTRO Angel Espinosa y Adrián Martín. "El músculo creativo y los códigos visuales"	DESIGN THINKING	BEON WORLD WIDE Dani Ferrer "La importancia del <u>concept</u> a la hora de organizar un evento"	GALA
16:30 - 18:30 18:30 - 20:30	FREELANCE Sam Riesgo "Cómo salvar tu trabajo. Y el mundo." Taller multitarea (o cómo decir que manejas el paquete de Adobe)	LA DESPENSA Auxi y Jorge Tabanera	SOCIOGRAPH Elena Martín "Marketing Science: Una nueva forma de conocer al consumidor"	GALA

ANEXO II: Díptico informativo definitivo de las jornadas de la X edición. Cara A

CREATIVIDAD Y DISEÑO: Lunes 12	INNOVACIÓN DIGITAL E INFLUENCER: Martes 13
<p>9:00 - 9:30 ACREDITACIONES</p> <p>9:30 - 10:00 PRESENTACIÓN</p> <p>10:00 - 11:00 <i>"Con chinos y a lo loco"</i> Cristina Montero (directora de cuentas) Carlos Gómez (director creativo) SAATCHI & SAATCHI</p> <p>11:00 - 11:30 COFFEE BREAK</p> <p>11:30 - 12:30 <i>"La creatividad del futuro: Cómo afectará la evolución tecnológica"</i> Agus Scab (director creativo) EL DESPACHO DE KOTLER</p> <p>12:30 - 13:30 <i>"El diseñador como agente de cambio"</i> Ángel Espinosa (director de arte) Marta Martín (ex - alumna) DB MAESTRO</p> <p>13:30 - 14:30 MESA REDONDA PUBLICATESSEN</p> <p>TALLERES</p> <p><i>"Cocina de conceptos"</i> Nekodificador de INSTASHOOT</p> <p><i>"El músculo creativo y los códigos visuales"</i> Ángel Espinosa y Adrián Martín de DB MAESTRO</p> <p><i>"Cómo salvar tu trabajo. Y el mundo"</i> Sam Riesgo (Freelance)</p>	<p>09:00 - 10:00 <i>"El día que me enamoré de la publicidad"</i> Hugo Gómez LA CRIATURA CREATIVA</p> <p>10:00 - 11:00 <i>"Marketing de Influencia. Los nuevos líderes de opinión"</i> Sergio Barreda (CEO) Francisco García (youtuber, digital pr) KEEPER</p> <p>11:00 - 11:30 COFFEE BREAK</p> <p>11:30 - 12:30 <i>"Ballar pegados. Cómo no perder el paso en digital"</i> Auxi Barea (directora social media) Jorge Tabanera (director creativo) LA DESPENSA</p> <p>12:30 - 13:30 <i>"Creatives now"</i> ZINK</p> <p>13:30 - 14:30 MESA REDONDA PUBLICATESSEN</p> <p>TALLERES</p> <p><i>"Pre - Portfolio Night"</i> Zink (beca en taller)</p> <p><i>Design Thinking</i> Parque Científico Uva (concurso en taller)</p> <p>Horarios de los talleres 2 TURNOS 16:30 - 18:30 H. / 18:30 - 20:30 H.</p>

ANEXO II: Díptico informativo definitivo de las jornadas de la X edición. Cara B.

EVENTOS Y EXPERIENCIAS: Miércoles 14	MUCHO MÁS Y MASTERCLASS: Jueves 15
<p>09:00 - 10:00 <i>"PosDATA: Te quiero"</i> Jaime Quintana DIVISADERO</p> <p>10:00 - 11:00 <i>"Eventos como herramienta de comunicación"</i> Ander Bilbao (CKO) BEON WORLD WIDE</p> <p>11:00 - 11:30 COFFEE BREAK</p> <p>11:30 - 12:30 <i>"Eventos experienciales"</i> Ana Herrero Velasco (consumer account director) Luis Hernández (account manager) EDELMAN</p> <p>12:30 - 13:30 <i>"Del Vicente Calderón al Wanda Metropolitano"</i> Alberto Castellanos (general manager) ENGINE AGENCY</p> <p>13:30 - 14:30 MESA REDONDA PUBLICATÉSSEN</p>	<p>10:00 - 11:00 <i>"El sexo en la publicidad"</i> Jose María Mayorga (director creativo) RK PEOPLE</p> <p>11:00 - 12:00 <i>"Tenemos catorce pero aparentamos diez"</i> David Adelantado (director de arte) Iñaki Díaz (director de cuentas) Alfred Pav'a (director creativo) SAPRISTI</p> <p>11:00 - 11:30 COFFEE BREAK</p> <p>12:30 - 14:30 <i>"Brodas like You"</i> Alma Gomis (brother valencia) María García (creatividad digital brother madrid) Ana Benítez (brother barcelona) MASTERCLASS BROTHER</p>
<p>TALLERES</p> <p><i>"Cómo destacar en el mundo laboral sin morir en el intento"</i> Amanda Soto de ROAMS</p> <p><i>"La importancia del concept a la hora de organizar un evento"</i> Dani Ferrer de BEON WORLD WIDE</p> <p><i>"Marketing Science: Una nueva forma de conocer al consumidor"</i> Elena Martín de SOCIOGRAPH</p>	<p>GRAN GALA 19:00 H. (apertura de puertas)</p> <p> </p>