

CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN.

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2020/2021**

TRABAJO DE FIN DE GRADO
**ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA**
XII Edición del festival de Publicatessen

Autora:

B. Daniela Flor Ararat

Tutora:

María Ángeles Núñez Cansado

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	2
2. MARCO TEÓRICO	3
2.1. El grado en Publicidad y Relaciones Públicas en relación con Publicatessen	3
2.2. Competencias del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.	5
3. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO	17
3.1. Equipo de trabajo	17
3.2. Objetivos del departamento	18
3.3. Metodología de trabajo departamental	19
4. CRONOGRAMA DE LAS ACCIONES REALIZADAS	21
5. ACCIONES REALIZADAS	22
5.1 Cáncer de Mama	22
5.2. Concurso 25 de noviembre	23
5.3 Mercadillo Solidario	25
5.4. Paseo navideño con la Residencia de Ancianos el Sotillo	28
5.5. Representación Paladio Arte	30
5.6. Día Mundial contra el Cáncer	32
5.7. Anónima soy Yo	33
6. CRISIS SANITARIA COVID-19	35
6.1. Acciones canceladas	36
6.2. Acciones realizadas	36
6.2.1. Día de la Enfermería	36
6.2.2. Cartas a la Residencia Hermanitas de los Pobres	37
7. CONCLUSIONES	38
8. BIBLIOGRAFÍA	40
9. ANEXOS	42

1.INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Los alumnos del último curso de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, tienen la opción de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el grado en la realización del Festival Publicatessen que se celebra cada año.

Publicatessen es un festival universitario que permite a los alumnos acercarse al mercado laboral de forma profesional, ya que cuenta con actividades relacionadas con la publicidad, el marketing y las Relaciones Públicas. Surgió en el 2009 como prolongación de la semana universitaria del Campus María Zambrano y formalizó las diferentes actividades que se realizaban. Los alumnos forman un gran equipo, el cual les permite empezar a crear proyectos reales con marcas y empresas reales, y así dar forma al emblemático festival universitario de publicidad.

La Universidad de Valladolid reconoce la participación en la planificación y organización del festival como un gran aprendizaje para los estudiantes, y por ello la realización de este Trabajo de Fin de Grado acerca del departamento de Responsabilidad Social Corporativa que forma parte de la organización del festival. Es una memoria del trabajo realizado por el departamento que cuenta la coordinación y realización de las actividades que han hecho y han tenido en cuenta los miembros del departamento.

El departamento de Responsabilidad Social Corporativa surge con el objetivo de darle un valor añadido al festival y apoyar las acciones interactuando y haciendo parte del entorno, involucrando a la ciudad. En el caso del departamento de RSC, este ha sido el último en incorporarse a la organización y por lo tanto este documento también es beneficioso para las futuras generaciones. Por ello, este Trabajo de Fin de Grado se fundamenta con el objetivo de plasmar en forma de memorias el trabajo realizado por el departamento de RSC, ya que ayuda a los alumnos de las futuras ediciones a una óptima realización de su trabajo.

Estas memorias son de gran importancia puesto que contiene la coordinación y realización de las actividades realizadas por los miembros del departamento. Se cuenta las diferentes fases por las que pasa una acción para realizarse.

2. MARCO TEÓRICO

Publicatessen es una organización sin ánimo de lucro respaldada por El Vicerrectorado, El Decanato y varios docentes de la Universidad de Valladolid, que también ayudan a su realización, mientras que su planificación y elaboración es íntegramente realizada por los alumnos de cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus María Zambrano. Esto no solo favorece la imagen de la universidad sino también la de los estudiantes ayudándoles a ganar experiencia de cara al futuro.

Con relación a esto, según el Real decreto 1393/2007, del 29 de octubre, respecto a la aplicación e intervención del nuevo plan Bolonia, adopta una serie de medidas que informa que: *“Flexibilizar la organización de las enseñanzas universitarias, promoviendo la diversificación curricular y permitiendo que las universidades aprovechen su capacidad de innovación, sus fortalezas y oportunidades.”* (RDCL 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias)

El festival de Publicatessen es una actividad con una metodología enseñanza- aprendizaje que prepara a los alumnos de una forma profesional, siguiendo la línea de actuación de la Declaración del Plan Bolonia de adopción de un sistema universitario que ofrezca planes de estudio, métodos docentes y programas de formación innovadores que, a las capacidades más propias de la disciplina, sumen otras de carácter más amplio relacionadas con el empleo (RDCL 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias).

A su vez, también cumple con uno de los objetivos generales del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el que dicen que la formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas (Real decreto 1293/2007).

2.1. El grado en Publicidad y Relaciones Públicas en relación con Publicatessen

Participar en la organización y ejecución del Festival Publicatessen es una oportunidad en el desarrollo profesional para demostrar las competencias adquiridas por los alumnos durante

el grado. Les permite a los alumnos, tener contacto con una actividad profesional del mundo publicitario y las relaciones públicas. Al empezar a ser parte de la organización, los alumnos pueden elegir entre los diez departamentos disponibles, según sus intereses profesionales que se reflejan en los seis itinerarios que los estudiantes pueden seguir en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

A continuación se relacionan los itinerarios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, los perfiles profesionales y los departamentos del Festival Publicatessen.

Itinerarios del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas	Salidas profesionales	Departamentos del Festival Publicatessen
Itinerario 1: <i>Creatividad y gestión de la creatividad de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Director de Arte - Director Creativo - Diseñador Gráfico 	Departamento de Diseño y Arte
	<ul style="list-style-type: none"> - Redactor - Copy 	Departamento de Diseño y Arte Departamento de Comunicación Departamento de Gala
Itinerario 2: <i>Gestión de las relaciones públicas en empresas e instituciones.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de Relaciones Públicas y Organización de Eventos. 	Departamento de Gala Departamento de Jornadas Departamento de Tardecitas y Noches
	<ul style="list-style-type: none"> - Director de comunicación interna 	Departamento de Patrocinio
	<ul style="list-style-type: none"> - Comercial y Relaciones Públicas 	Junta directiva

itinerario 3: <i>Planificación estratégica de la comunicación publicitaria.</i>	- Director General Estratégico	Junta Directiva Departamento de Comunicación
	- Customer Relationship Management	Departamento de Tardecitas y Noches Departamento de Patrocinio
Itinerario 4. <i>Investigación de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.</i>	- Director de Medios	Departamento de Comunicación
Itinerario 5. <i>Dirección y consultoría de comunicación corporativa e institucional.</i>	- Director de Gabinete de Protocolo	Departamento de Protocolo
	- Director de Relaciones Institucionales	Departamento de Responsabilidad Social Corporativa
Itinerario 6. <i>Producción de contenidos de comunicación audiovisual y publicidad.</i>	- Director de Producción	Departamento de Audiovisuales
	- Directorio de contenidos Visuales	

Tabla 1. Itinerarios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Fuente: Elaboración propia

2.2. Competencias del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Publicatessen da la oportunidad a los alumnos que participan, de prepararse para actividades de carácter profesional. Capacita a los alumnos para la toma de decisiones y la libre implementación de estrategias comunicativas para la realización de una labor.

A continuación, se exponen las competencias contempladas por la Adaptación de Bolonia al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y el reforzamiento académico que aporta el departamento de Responsabilidad Social Corporativa del Festival Publicatessen.

COMPETENCIAS GENERALES O INSTRUMENTALES	REFORZAMIENTO ACADÉMICO DEL FESTIVAL PUBLICATESSEN
<p>(CG-1) Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el Grado.</p>	<p>Participar en la organización del Festival Publicatessen, permite que los alumnos pongan en práctica y demuestren los conocimientos adquiridos durante el Grado.</p> <p>Para el departamento de RSC fueron útiles asignaturas obligatorias como Estructura social contemporánea, Fundamentos de las RR.PP. y Responsabilidad Social Corporativa e Institucional que han hecho parte de cada punto del trabajo del departamento.</p>
<p>(CG-2) Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse.</p>	<p>Los alumnos participantes en la organización del festival, y sobre todo los pertenecientes al departamento de Responsabilidad Social Corporativa, han empleado los conocimientos aprendidos para la elaboración de las diferentes actividades realizadas por el departamento.</p> <p>Muchos de estos conocimientos adquiridos, se vieron reflejados después en acciones como la planeación y creación de un evento, la inclusión de colectivos y el trato</p>

	hacia ellos, etc.
(CG-3) Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.	<p>Al incorporarse el departamento de RSC, no contamos con unas memorias completas por lo que reunimos la información a partir de búsqueda de las acciones ya realizadas, contacto con antiguos participantes e interpretación de unas escuetas memorias con las que contaba el festival.</p> <p>Es común que se repitan acciones de una edición a otra como El Mercadillo Solidario y Las Cartas para la Residencia, por lo que el contacto con antiguos participantes y la investigación por parte del departamento es esencial.</p> <p>Las continuas reuniones con la Junta Directiva y el resto de los departamentos, ayudaron a esa búsqueda de información para detectar aspectos a mejorar.</p>
(CG-4) Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones.	<p>Es de vital importancia una buena comunicación entre los miembros de la organización. Por eso, constantemente el departamento de Responsabilidad Social Corporativa transmitía información con el resto de los miembros del Festival. Recibimos continuas ideas por parte del resto de departamentos y solucionamos problemas tanto dentro como fuera de él.</p> <p>Un ejemplo claro donde encontramos esta competencia son las reuniones con el resto de la organización del festival y las del propio departamento. En estas, se</p>

	informaba y se daban ideas de las acciones, se analizaron los posibles problemas y nos adelantamos en la búsqueda de soluciones.
(CG-5) Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	<p>La participación en el Festival favorece al desarrollo personal de los alumnos y les da seguridad y autonomía.</p> <p>En el caso del Departamento de RSC, se conoce desde dentro el mundo de los eventos con fines benéficos como el Mercadillo Solidario organizado por el departamento. Al ser una oportunidad de práctica pre-profesional, los alumnos se encuentran con nuevas experiencias que les motiva a emprender estudios posteriores.</p>

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y ACADÉMICAS

COMPETENCIAS ACADÉMICAS - DISCIPLINARES

(CE-1) Conocimientos fundamentales de comunicación.	<p>La activa participación en la organización del Festival Publicatessen, fomenta las capacidades comunicativas orales y escritas. Todos los departamentos tienen que estar coordinados por la Junta Directiva y es imprescindible una buena comunicación para el correcto funcionamiento del festival.</p> <p>Por otra parte, el departamento de RSC debe tener una comunicación constante</p>
--	---

	<p>tanto dentro del departamento como con el resto de la organización. Es importante estar al tanto de lo que hacen el resto de los departamentos, puesto que una mala gestión en sus actividades puede perjudicar lo que el departamento está haciendo por el festival.</p>
<p>(CE-2) Capacidad para asumir el liderazgo</p>	<p>La responsabilidad de liderar un departamento implica saber escuchar y conducir al equipo para cumplir los objetivos comunes. El departamento de RSC fue gestionado por la coordinadora y la subcoordinadora, con dos personas a cargo. Se lograron establecer las jerarquías para mantener el interés de los miembros del departamento y obtener un mejor resultado de las actividades realizadas.</p>
<p>(CE-3) Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.</p>	<p>El constante cambio y estar a la orden del día de las nuevas tendencias, aficiones e intereses de las personas, es a lo que se enfrenta un estudiante de publicidad continuamente. Y en la organización del festival no podía ser menos. Prácticamente son constantes los cambios y es necesario adaptarse a ellos y salir de la mejor manera.</p> <p>Podríamos decir que esta, es una de las competencias que más encaja con el departamento de RSC. Es primordial conocer el entorno y cómo va cambiando para poder llevar a cabo la correcta realización de las actividades.</p>

	<p>Un gran ejemplo es como nos adaptamos para seguir trabajando en el confinamiento. Aunque tuvimos que cancelar muchas acciones, seguimos trabajando y dando visibilidad a nuevas causas que cogieron importancia como El Día de la Enfermería.</p>
<p>(CE-5) Capacidad para la creatividad y la innovación:</p>	<p>Cada año el festival pretende reinventarse y por ello supone un gran esfuerzo creativo para el equipo de trabajo. Crear y organizar nuevas actividades con un carácter innovador que conecte a la ciudad con el festival.</p> <p>Aunque se reutilizaron acciones realizadas en ediciones pasadas, se buscó la manera de innovar. Un ejemplo es el evento con Paladio Arte. Las ediciones anteriores habían trabajado con asociaciones de este tipo, pero nunca habían realizado un evento que involucra a los alumnos del campus.</p>
<p>COMPETENCIAS PROFESIONALES</p>	
<p>(CE-7) Capacidad y habilidad de atención al cliente.</p>	<p>Para conseguir los objetivos establecidos por el departamento, dependemos de organismos exteriores para su correcto funcionamiento. Contamos con un correo electrónico del departamento para llegar a ellos, así como las reuniones presenciales. Ya sea para llevar a cabo actividades relacionadas con el ámbito medioambiental, solidario o sociocultural, tenemos que mantener relaciones con instituciones,</p>

	<p>organizaciones o personas de Segovia y la universidad.</p> <p>Esto nos ayuda a ganar experiencias y capacidad de atención al cliente, darle ese valor añadido con las actividades relacionadas con el entorno y Publicatessen. Una acción donde podemos relacionar directamente esta competencia fue en el Mercadillo Solidario. Los miembros del departamento de RCS como muchos otros participantes del festival adoptaron el rol de dependientes. No solo interactuamos con miembros de la facultad, ya que muchas personas externas que conocían la protectora se acercaron.</p>
<p>(CE-8) Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa.</p>	<p>Aunque el Festival de Publicatessen cuenta con un departamento especializado en comunicación, el departamento de RSC también tiene responsabilidades en el área de comunicación del festival. Somos un pilar indispensable en una correcta comunicación y formamos parte de herramientas como las redes sociales, las ruedas de prensa, de la cual por primera vez el departamento formó parte. Nos parecía fundamental contar la importancia de la nueva imagen del festival y como se trabajaría a lo largo de la organización.</p>
<p>(CE-9) Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación:</p>	<p>Tras aprobar las diferentes actividades que se iban a realizar desde el departamento de RSC, se trazó con el Departamento de Comunicación un plan de comunicación. Se</p>

	<p>fijó para cada evento la línea de comunicación que tendría y cuál era la mejor forma de conectar con el público y la ciudad, y así poder llegar a más personas.</p>
<p>(CE-11) Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia,</p>	<p>El departamento de Responsabilidad Social Corporativa hace el papel de agencia y los anunciantes aquellos organismos exteriores con los que se trabaja. Somos el enlace entre el festival y la ciudad de Segovia para apoyar proyectos sociales, dar visibilidad a colectivos o darlos a conocer.</p> <p>En la acción realizada con la Aecc se puede ver esta interacción. Con el departamento como agencia y la asociación como anunciante organizamos un evento para dar a conocer entre los jóvenes un taller para dejar de fumar.</p>
<p>(CE-14) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje</p>	<p>Junto al departamento de Tardecitas y Noches, somos los encargados de realizar eventos creativos para dar a conocer el festival. Desde la planificación y elaboración del evento hasta la forma en la que se comunica. Junto al departamento de Diseño y Comunicación trabajamos para buscar la forma más dinámica y creativa de llegar a nuestro público.</p> <p>Como en la competencia anterior, es de destacar el evento realizado con la Aecc. Se pretendía llegar al público objetivo de forma creativa por lo que se usó un cooxímetro, cuya finalidad es detectar la</p>

	<p>disminución de la oxigenación de la hemoglobina por el tabaco. El evento tenía como objetivo informar a los jóvenes de los talleres gratuitos que ofrece la asociación para dejar de fumar.</p>
<p>(CE-17) Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.</p>	<p>El objetivo del Departamento de RSC es generar valores y protegerlos. Apoyar las actividades que se realizan desde el Festival Publicatessen aportando ese valor añadido. Cuidar los activos intangibles de la empresa y comunicarlos tanto a la comunidad universitaria como a la ciudad de Segovia.</p> <p>Podríamos decir que cada acción que se realizó fue para reformar los valores del festival:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solidaridad: esto se consiguió con la recaudación de fondos para las protectoras de animales de Segovia en el Mercadillo Solidario, así como la captación de socios para Paladio Arte. - Medioambiente: cuidamos al máximo el impacto en el medio ambiente en cada una de las acciones realizadas.
<p>(CE-18) Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas.</p>	<p>El festival fomenta el uso de las nuevas tecnologías como herramientas comunicativas, puesto que son imprescindibles para llegar a más personas. Por ejemplo, las redes sociales para comunicar y darnos a conocer como también, tecnología más novedosa que nos</p>

	<p>permitió transmitir un programa en directo y dar nuestro apoyo y agradecimiento a los enfermeros.</p>
<p>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</p>	
<p>(CE-19) Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.</p>	<p>Constantemente durante la organización del festival tenemos que relacionarnos con el resto de los alumnos que participan en él, como con personas colaboradoras del exterior. El departamento de RSC trabaja esta capacidad en cada una de sus acciones, puesto que es el encargado de interactuar y preocuparse por las personas y el entorno.</p> <p>El paseo navideño por las calles de Segovia con la Residencia de Ancianos el Sotillo es en la acción que se ve más clara esta capacidad.</p>
<p>(CE-20) Capacidad para trabajar en equipo.</p>	<p>Al estar organizado por departamentos, cada uno funciona como un equipo con una misión común. Por ello, esta competencia es una de las capacidades más desarrolladas e imprescindibles para las personas que participan activamente. En concreto, el Departamento de RSC está formado por 4 personas, pero con el volumen de trabajo se contaba con la ayuda del resto de la organización, por lo que se refuerza el trabajo en colaborativo en equipo. La acción en la que trabajaron más agentes externos fue en el Mercadillo</p>

	solidario.
(CE-21) Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad.	<p>Son cualidades importantes que todos tuvimos que desarrollar debido a los contratiempos a los que nos tuvimos que enfrentar. Cada uno desde su departamento tuvo que seguir trabajando y potenciar estas cualidades para no bajar el nivel que tenía el festival.</p> <p>Las cartas a la Residencia Hermanitas de las pobres es un claro ejemplo. La acción se había desarrollado durante varias ediciones del festival y queríamos que siguiera, por lo que tuvimos que adaptarnos a la situación para llevarla a cabo.</p>
(CE-22) Preparación para asumir el riesgo.	<p>Cada edición la organización y de la Junta Directiva, tienen que asumir riesgos y tomar decisiones importantes. Por lo tanto, Publicatessen es una gran oportunidad que prepara a los alumnos a asumir riesgos y salir de ellos.</p> <p>Desde el Departamento de RSC se tienen que asumir mayores riesgos en cada paso, ya que está en riesgo el nombre del festival.</p>
(CE-23) Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico.	<p>Las acciones realizadas por el departamento requieren un pensamiento crítico. Analizar y evaluar es primordial para el correcto funcionamiento del festival y sobre todo del departamento de RSC.</p>
(CE-24) Saber gestionar el tiempo.	<p>El trabajo del departamento de Responsabilidad Social Corporativa muchas veces es en días señalados</p>

	<p>inamovibles, por eso la gestión y organización del tiempo es primordial desde el primer día.</p> <p>También en la organización de cada acción y cada evento era vital una buena gestión para su correcto desarrollo. El concurso realizado para el 25 de noviembre fue uno en los que más se tuvo que gestionar el tiempo. Era de vital importancia fijar bien los plazos de recogida de piezas para elegir los ganadores y que estos fueran publicados.</p>
<p>(CE-25) Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad.</p>	<p>La organización del festival es libre de tomar cualquier decisión, desde la Junta Directiva hasta cualquier departamento, y también son responsables del éxito o fracaso del trabajo realizado.</p>
<p>(CE-26) Capacidad para la gestión económica y presupuestaria.</p>	<p>Las coordinadoras del Departamento de RSC junto con la Tesorera del Festival, eran las encargadas de gestionar el presupuesto de las acciones realizadas por el departamento.</p> <p>Aunque es cierto que el departamento no necesitó de dinero para ninguna acción, si se tuvo que administrar y gestionar el dinero recaudado en el Mercadillo Solidario.</p>
<p>(CE-27) Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.</p>	<p>En Publicatessen esta capacidad se trabaja desde el análisis y valoración de cada evento realizado, hasta el análisis final del festival en el presente Trabajo de Fin de Grado.</p>

3. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO

3.1. Equipo de trabajo

El Departamento de Responsabilidad Social Corporativa se forma y empieza a trabajar desde octubre y cuenta con cuatro participantes:

- Coordinadora: B. Daniela Flor Ararat
- Subcoordinadora: Katia Atanasova Bozhinova
- Tercera a bordo: Andrea Ríó
- Álvaro Carrasco Hidalgo



Figura 1. Fotografía del Departamento de RSC XII Edición del Festival Publicatessen

Como se ha comentado anteriormente, el Departamento de RSC es el último en incorporarse al festival y por lo tanto cada vez se va conociendo más y cuenta con más participación de los alumnos. La duodécima es la edición con la que más integrantes ha contado el festival y esto ayudó a la distribución de tareas. Aunque, es cierto que eran pocas personas para la carga de trabajo, recibimos ayuda del resto de alumnos que participaban en Publicatessen.

Desde el principio todo el equipo empezó con fuerza y ánimos para trabajar, todos aportando y buscando nuevos retos. Aunque es cierto que es una desventaja ser solo cuatro miembros, esto ayudó a tener una mejor comunicación y más directa. Con reuniones más personales y desarrollar la sensación de pertenencia a un grupo que nos ayudó a mejorar en nuestro trabajo para alcanzar nuestras metas.

3.2. Objetivos del departamento

El Departamento de Responsabilidad Social Corporativa se creó con el objetivo de apoyar las acciones realizadas desde el Festival Publicatessen. También, para mejorar la reputación e imagen del festival, y darlo a conocer como un festival comprometido con los valores fundamentales en beneficio a la sociedad, el medio ambiente y su entorno, generando una percepción de Publicatessen mucho más positiva.

Los objetivos generales del departamento son los siguientes:

- **Objetivo solidario.** Consisten en recaudar fondos ya sean monetarios como materiales para llevar a cabo acciones solidarias a través de colaboraciones y actividades.
- **Objetivo medioambiental.** Trabajar y guiar al resto de la organización para realizar las actividades de la manera más respetuosa con el medio ambiente y sostenible.
- **Objetivo Socio-cultural.** Participar para un beneficio común a la comunidad con entidades colaboradoras, fundaciones, colectivos, entre otras.

Por otra parte, **los objetivos específicos son:**

- Mejorar y aumentar la imagen del festival.
- Conectar la ciudad de Segovia con el Festival Publicatessen.
- Dar a conocer a los universitarios aquellas organizaciones o entidades con fines sociales y humanitarios de la ciudad de Segovia.
- Colaborar con organizaciones que compartan los objetivos del departamento y del festival.
- Promover una conciencia ecológica.
- Aumentar la responsabilidad social y ambiental en los eventos y actividades realizadas desde Publicatessen.

- Contribuir en la prevención del medio ambiente mediante buenas prácticas que mitiguen los impactos negativos.

3.3. Metodología de trabajo departamental

La responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar de la sociedad en la que se integra (Fernández García, R. 2009).

Desde el principio el departamento empezó a trabajar bajo la supervisión de la Junta Directiva del festival, pero con total confianza y libertad. En una reunión inicial se estipuló que todo lo referente al Departamento de RSC tendría que ser aprobado por la Junta del festival y estudiado minuciosamente por todo el equipo. Esto hacía que la organización fuera con antelación y planificación para una correcta realización de los eventos.

Los miembros del departamento se reunían mínimo una vez a la semana para saber que eventos se apoyarían y/o la organización de eventos propios. Con las dos coordinadoras trabajando por igual, se hizo más fácil lograr una coordinación simultánea y eficaz. Estructuramos un plan de trabajo que nos permitiera continua innovación y correcta realización de varios eventos y apoyo a otros. Para ello, primero seguimos cinco fases:

- **Fase 1. Investigación:** identificar cuáles son aquellas acciones u organizaciones que queremos apoyar y ayudar. Es importante conocer y analizar las acciones que se han realizado anteriormente para decidir si continuar con ellas, mejorarlas o rechazarlas.
- **Fase 2. Diagnóstico:** partimos de un análisis interno del festival, buscando sus debilidades y puntos a reforzar para finalmente elegir nuestras acciones.
- **Fase 3. Estrategia:** definimos con claridad las estrategias que se seguirán para cumplir los objetivos de cada acción, ya sea para recaudar fondos, dar visibilidad o apoyo a otro evento. También se expone la idea a la Junta Directiva del festival para obtener su aprobación y terminar de estructurar la idea.

- **Fase 4. Realización:** se pone en marcha el plan de acción ya sea un evento, un apoyo, visibilidad por redes sociales, etc.
- **Fase 5. Revisión y mejora:** Una vez finalizada la acción se revisa para a través de la experiencia mitigar las debilidades y sacar una conclusión de la acción.

Nuestra misión como Departamento de Responsabilidad Social Corporativa es que el festival tenga el compromiso de tomar decisiones y realizar actividades que respeten a la sociedad, el entorno y el medio ambiente. Nuestras acciones se dividen principalmente en apoyo a otras acciones, visibilidad y la creación de eventos. Ser socialmente responsable es fundamental y sobre todo trasladar nuestros valores a todas nuestras acciones.

En primer lugar, los eventos de RSC son principalmente para generar conciencia social y llevar a cabo prácticas responsables y por eso fue una de nuestras estrategias para comunicar y lograr nuestros objetivos.

“La gestión de eventos implica un ciclo de actividades que comprende la programación, financiación, producción y comunicación del evento que se desarrollan durante todo el proceso de diseño y planificación, organización, ejecución y evaluación.” (Ocaña, 2014)

Para la organización de los diferentes eventos organizados por el departamento seguimos tres etapas importantes en la planificación y ejecución de un evento:

Fase Pre-Evento: en esta primera etapa es importante definir con detalle lo que se realizará durante el evento.

En primer lugar, se acuerdan los objetivos y las estrategias del evento. Se establece el lugar, la fecha y la hora, así como los posibles asistentes. Es primordial establecer las actividades y el cronograma de estas para minimizar los posibles errores. Esta fase es clave y por ello, se necesita determinar la comunicación y promoción del evento con el Departamento de Comunicación y Diseño.

Una vez definida la forma en la que se va a operar en el evento, se plantean los recursos necesarios para su ejecución, el presupuesto requerido y los resultados esperados.

Fase Ejecución: en esta fase tiene lugar el evento y todos los trabajos previos realizados.

Están implícitas las tareas que se planifican con anterioridad y se requiere de su puesta en marcha. Se necesita que todo el equipo trabaje para la correcta realización del evento en actividades como montaje de mobiliario, contacto con participantes e invitados... Es preciso que se lleven a cabo las actividades como estaban planificadas, así como la rápida resolución de problemas que puedan aparecer.

Fase Post- Evento: tras la finalización del evento se deben evaluar unos indicadores de calidad y medir los resultados del evento. Determinar si se cumplieron los objetivos y las expectativas del evento. Analizar si se desarrolló según lo previsto nos ayudará y ayudará a las futuras generaciones a saber cuáles fueron nuestros errores y evitarlos en los futuros eventos.

4. CRONOGRAMA DE LAS ACCIONES REALIZADAS

Fecha	Acción
19 de octubre 2019	Día Mundial de la Lucha contra el Cáncer de Mama
25 de noviembre 2019	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer
28 y 29 de noviembre 2019	Mercadillo solidario
15 de diciembre 2019	Paseo navideño con la Residencia de Ancianos el Sotillo
16 de diciembre 2019	Representación Paladio Arte
4 y 19 de febrero 2020	Día Mundial contra el Cáncer
8 de marzo 2020	Día de la Mujer
11 de marzo 2020	Anónima soy Yo
12 de mayo 2020	Día de la Enfermería
11 de junio 2020	Cartas a la Residencia Hermanitas de los Pobres

Tabla 3. Acciones realizadas por el Departamento de RSC ordenadas cronológicamente.

Fuente: Elaboración propia.

5. ACCIONES REALIZADAS

Desde el inicio de la duodécima edición del Festival Publicatessen, el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa realizó varias acciones. A lo largo de este punto contaremos de forma detallada la planificación y ejecución de dichas acciones.

5.1 Cáncer de Mama

Por el Día Internacional de la lucha contra el Cáncer de Mama, realizamos dos gráficas junto con el Departamento de Diseño para demostrar nuestro apoyo y sensibilización a través de nuestras redes sociales. Con el hashtag *#publicatessenconellas*, el 19 de octubre subimos a las plataformas digitales del festival y llenamos el Campus María Zambrano con dos gráficas que de una forma divertida, pretendían concienciar sobre la importancia de la visibilidad de este cáncer y detectarlo a tiempo. Para lograr esa conciencia a las personas que visualizaron la gráfica, el Departamento de Diseño creó una gráfica (Figura 3) con los diferentes síntomas que puede tener un seno femenino y la importancia de no ignorarlas.

Los resultados esperados fueron mayores de los que se pretendía, ya que, fue la publicación más compartida hasta el momento de todas las ediciones del Festival Publicatessen, obteniendo un gran recibimiento por parte del público.

Al tratarse de la primera acción del departamento, y contar con muy poco tiempo, se realizó una gráfica para dar visibilidad al Cáncer de Mamá y recordarles a los jóvenes la importancia de una autoexploración eventualmente.

En cuanto al resto de departamentos, al tratarse de una acción de visibilidad digital, sólo necesitamos la colaboración del Departamento de Diseño que fue el encargado de realizar la gráfica y con el Departamento de Comunicación que la difundió.



Figura 2 y Figura 3. Carteles del Día Internacional de la lucha contra el Cáncer de Mama
Fuente: Departamento de Diseño y Artes XII Edición del Festival Publicatessen

5.2. Concurso 25 de noviembre

El 25 de noviembre es una fecha señalada en la lucha por los derechos de las mujeres, puesto que es el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Es un día muy importante ya que, se reivindica el derecho a la vida y se rechaza la violencia hacia las mujeres. Consideramos desde el Festival Publicatessen la importancia y la necesidad de este día debido a la tragedia que vivimos cada año con miles de mujeres asesinadas y agredidas.

Por ello, nuestra propuesta fue llegar a la comunidad universitaria en un día tan importante y hacerlos parte de él creando un concurso para visibilizar este día tanto en la prensa como en la televisión segoviana. El concurso consistía en realizar una pieza gráfica y/o una pieza audiovisual que más tarde se publicarían en el periódico El día Segovia y en La 8 Segovia con una entrevista en el programa Magazine. Las personas que podían participar eran todos los alumnos matriculados en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y Doble Grado de Publicidad y Turismo del Campus María Zambrano. Para nosotros era importante dar a conocer el trabajo que realizan los alumnos del Campus María Zambrano a la comunidad Segoviana.

A través de varias reuniones con el director de El día Segovia y en La 8 Segovia en la que se concretó la publicación de las piezas ganadoras, las entrevistas a los ganadores y las bases del concurso. Era importante dejar claro y plasmado todos los requisitos, plazos y forma de entrega para que tanto la pieza audiovisual como la gráfica no tuviera ningún problema para ser publicada.

El jurado que eligió las piezas ganadoras estuvo formado por seis personas:

- Paula Rubio, miembro de la junta del Festival Publicatessen.
- Katia Atanasova y Daniela Flor, miembros y coordinadoras del departamento de RSC del Festival Publicatessen.
- Aurelio Martín, director del grupo de comunicación Promecal en Segovia.
- María Ángeles Núñez, profesora del campus María Zambrano.
- Alberto Morala, técnico especialista en fotografía y diseño.

En este caso la colaboración interdepartamental que necesitamos solo fue la del Departamento de Diseño que creó la pieza que anunciaba el concurso y la del Departamento de comunicación que la difundió.

Los objetivos de la acción eran dar a conocer el trabajo de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas en la ciudad de Segovia. Aunque es cierto que se cumplió el objetivo principal, fue menor la participación de la que se esperaba, pero tanto los miembros de los medios como la organización de Publicatessen quedaron satisfechos con los resultados. No hubo ningún problema en la organización debido a las claras bases del concurso (ANEXO I), y se cumplió el objetivo de sensibilizar a la comunidad universitaria y llegar a la ciudad de Segovia.

“Ojalá llegue el día en que celebremos que la violencia de género ha acabado para siempre” (Gisbert, 2020) https://www.elplural.com/opinion/25n-celebrar_253935102



Figura 4. Cartel ganador del concurso del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer.

Fuente: Cristina Montesino Gil.

5.3 Mercadillo Solidario

Desde la formación del departamento, sabíamos que queríamos ayudar y apoyar las protectoras de animales de Segovia. Uno de los miembros del equipo las conocía de cerca y era consciente de la ayuda que necesitaban. Por eso, tras un largo estudio de cuál sería la mejor opción de conseguir dinero para las protectoras decidimos realizar un mercadillo solidario en el Black Friday del 2019. Esto no solo nos ayudaría a conseguir dinero para las protectoras de animales, sino que también denunciaremos una fecha tan consumista como es el Black Friday.

Black Friday implica una búsqueda y compra imparable de gangas, pero para el planeta, este día se convierte en un viernes negro para su salud. Según un panel de expertos de Ecofira'18, cada año en nuestro país se generan 900.000 toneladas de residuo textil. A esto le sumamos que, para producir la ropa, el planeta tiene que soportar un mayor consumo de recursos de materias primas, además de la contaminación producida durante la fabricación, a causa de este día, sobre todo por la compra online, se multiplican los vehículos de transporte y las bolsas de plástico para llevar los pedidos.

Así pues, decidimos crear nuestro primer evento con el objetivo de llevar a cabo un mercadillo de segunda mano con la ropa donada por cualquier persona, para hacer frente a

un reto ambiental. Pretendemos con él promover una compra sostenible y respetuosa y concienciar del hecho de que adquirir prendas usadas reduce el impacto negativo ambiental que origina la industria textil y así conseguir dinero para las protectoras de animales de Segovia.

- Fase Pre-Evento:

La organización empezó con la difusión y promoción del mercadillo, pidiéndole a la gente que donara ropa. Nos reunimos con la Junta directiva del festival y se pactó la fecha y el lugar del mercadillo. Tras esa reunión el departamento se empezó a preparar para pedir los permisos necesarios como la solicitud del ágora del campus, el plan de comunicación...

Con el Ágora del Campus María Zambrano como escenario se pactaron tres días de recogida de ropa, con la gran sorpresa que necesitamos un salón entero y más de una semana para seleccionar toda la ropa donada. La iniciativa fue una de las mejores recibidas por la ciudad de Segovia, mucha gente externa a la universidad se acercó hasta el Ágora para dejar bolsas de ropa y apoyar a la iniciativa. Al contar con un gran número de prendas, el Departamento de RSC tuvo que elegir la que mejor se podría vender y el resto donarla a la Fundación Humana que vende ropa de segunda mano para crear programas de cooperación en países subdesarrollados.

Tras la planeación del mercadillo con la recogida y selección de ropa y complementos, junto con el Departamento de Comunicación empezamos a difundir el evento. Nuestro principal medio fueron las redes sociales, pero también distribuimos diferentes carteles por la ciudad de Segovia y el periódico local, pues ahora mismo también nos dirigimos a ellos.

El evento se programó para empezar a las 11 de la mañana hasta las 19 horas, por lo que se necesitó la colaboración del resto de departamentos, siendo más de 20 personas. También se necesitó material como burros y perchas para exponer la ropa y complementos que se consiguió mediante préstamos de miembros de la organización.

- Fase Ejecución:

El 28 y 29 de noviembre de 2019 tuvo lugar el mercadillo en el Ágora de la facultad. El precio estaba entre 5€, 10€, 15€ y 20€ y el segundo día de mercadillo estuvieron con un descuento del 50%. El departamento se reunió más de una hora antes para organizar todas las prendas y complementos.



*Figura 5. Foto del Mercadillo Solidario
Fuente: Periódico El Adelantado de Segovia*

- Fase Post- Evento:

Se rompieron todas las expectativas con un gran flujo de personas y venta de prendas y complementos. En total se recogieron más de 960€ en venta de prendas y donativos de los compradores y curiosos que se acercaban. Se superaron los objetivos y el Departamento de RSC junto con la Junta Directiva del festival se reunieron tras el evento para decidir la forma en la que se iba a repartir el dinero a las protectoras. Se decidió destinar 800 euros a la protectora de animales Animalejos y comprar comida para gatos y perros con valor de 163€ para La protectora de Animales de Segovia, pues había una gran diferencia entre las dos y una con más necesidad que otra. Tanto la organización de Publicatessen y las protectoras de animales quedaron satisfechas con la decisión puesto que, ambas partes conocían las carencias de las otras.

Los objetivos de la acción fueron cumplidos, pues la acción se acompañó de la presencia de la organización Segovia por el Clima. Ellos se encargaron de promover una compra más sostenible y de informar a la gente de los beneficios de la compra de segunda mano. Por otra parte, el dinero fue mucho mayor de lo esperado.



Figura 6 y 7. Fotos del material comprado para la protectora de animales Animalejos y comida de gatos y perros para La Protectora de Animales de Segovia.

Fuente: Elaboración propia

5.4. Paseo navideño con la Residencia de Ancianos el Sotillo

Desde la sistematización se pretende resaltar la importancia del voluntariado como un estilo de vida que deben asumir los ciudadanos para alivianar las cargas sociales de los ciudadanos menos favorecidos y carentes de oportunidades, haciéndose partícipes de la construcción de una ciudad más equitativa y solidaria con relación a los objetivos del milenio y el tan esperado y nombrado desarrollo humano. (Ramírez, 2015)

Unas fechas tan señaladas como las navideñas son una buena oportunidad para acercarnos a aquellos que por alguna limitación no pueden disfrutarlas como nosotros, y sin duda desde el Departamento de RSC nos enfocamos en esto. Conocíamos la iniciativa que se venía haciendo desde el 2018 de pasear con los residentes de la Residencia de Ancianos El Sotillo por el alumbrado navideño. Sabíamos que Voluntarios del Campus María Zambrano acompañaban a los residentes en este paseo y quisimos formar parte de ellos.

- Fase Pre-Evento

Para la organización de la salida contamos con un miembro del Departamento de Jornadas,

Sara Antona, fue nuestra pieza clave pues, era parte desde hace varios años de la Asociación. Esto nos ayudó bastante en cuanto a la comunicación con ellos. Se fijó la colaboración con la asociación, la fecha y el lugar.

- Fase Ejecución

La cita tuvo lugar el domingo 15 de diciembre y el recorrido empezó en el Acueducto hasta la Catedral de Segovia donde los residentes y los 25 voluntarios del Campus María Zambrano terminaron el paseo cantando villancicos.

Como los mismos miembros del festival querían participar en la acción esta vez no nos hizo falta divulgar, pero si se compartió la acción para dar a conocer la Asociación e invitar a los estudiantes a ser voluntarios.

- Fase Post- Evento:

Se pretendía acercar a los jóvenes y a las personas mayores de Segovia. Durante el trayecto los voluntarios y los residentes del Sotillo compartieron experiencias y anécdotas mientras disfrutaban del alumbrado navideño de las calles de la ciudad. Como comenta Barrientos, es importante y reconfortante la unión de ambas generaciones y la importancia del voluntariado con las residencias de mayores.



Figura 8. Fotos del material comprado para la protectora de animales Animalejos y comida de gatos y perros para La Protectora de Animales de Segovia.

Fuente: El Adelantado Segovia.

5.5. Representación Paladio Arte

Con motivo del 3 de diciembre, Día Internacional de las Personas con Discapacidad, desde el Departamento de RSC se puso en marcha una colaboración con la Asociación Paladio Arte para dar visibilidad a este grupo de teatro presentando su talento y conociendo un poco más en la intimidad al equipo.

Paladio Arte es una asociación sin ánimo de lucro que trabaja por la integración social y laboral de personas en exclusión social, principalmente con personas con discapacidad física, psíquica y sensorial a través del teatro. La Compañía Teatro Paladio fue creada en 1996 y trabaja por todo el territorio nacional, Francia y Portugal.

El Centro Especial de Empleo Paladio Arte, que lleva funcionando desde 2007, dirigido por Marta Cantero, con quien se estableció la colaboración por parte del departamento, se dedica a la creación y representación de espectáculos teatrales, de pequeño, medio y gran formato a nivel nacional.

La Escuela de Teatro Paladio, es dirigida por Marta Cantero y cuenta con otros 8 o 9 monitores y unos 30 alumnos, algunos de los cuales pudimos conocer en una visita que se realizó para conocer su forma de trabajar y realizar actividades con ellos. En esta escuela se imparten diariamente clases de voz, expresión corporal, improvisación, trabajo en grupo, lectura, memorización... trabajando al mismo tiempo una serie de capacidades de una forma lúdica y divertida: el teatro.

Para la escuela, la formación teatral de actores con discapacidad no sólo ofrece a los usuarios la oportunidad de mejorar habilidades sociales, autonomía personal, autoestima, contribuyendo así a mejorar su vida social y la incorporación al mundo laboral, sino que permite hacer representaciones públicas donde se muestran las “capacidades” de las personas con discapacidad.

La búsqueda de colaboración con esta Asociación que cuenta con diversidad de personas se dio al querer profundizar por parte del departamento del festival en la mayor concienciación posible sobre la condición de discapacidad, sin centrarse en un solo grupo, si no aprender de las distintas diversidades, como la discapacidad sensorial, cognitiva, intelectual o la enfermedad mental que encontramos en los actores de esta organización.

- **Fase Pre-Evento:**

Tras contactar con la directora de la asociación, asistimos a una actividad con los miembros. En ella interactuamos para conocerlos y conocer desde dentro lo que hacían. En ese encuentro se pactó como sería la acción que se llevaría a cabo días más tarde del campus. Se pactó que los varios miembros de Paladio Arte recrearían un pequeño fragmento de una de sus obras más conocidas, mientras que el departamento de RSC estaría captando socios e informando al público de las obras que tenían en cartelera. También queríamos la interacción con los alumnos, por lo que se organizó un taller después con ellos en el que el público formaba parte de varias actividades con los actores.

- **Fase Ejecución:**

El evento se llevó a cabo el 13 de diciembre donde los miembros de la compañía y de la escuela de Paladio Arte visitaron la universidad y representaron un corto 10 minutos. Esta obra, dispone de un complemento icónico para ellos, sombreros de papel, por lo que se creó un sombrero grande y varios pequeños de periódicos reciclados, que se les dio a los asistentes, (Figura 9) para que los alumnos participen de la representación.

En esta actividad la colaboración departamental fue requerida al igual que en el resto de acciones, pero el papel principal lo tuvo el Departamento Audiovisual que grabó todo el proceso para convertirse en un pequeño corto que se publicó en los medios del festival. Por lo que los participantes en la ejecución del evento fueron seis personas, las cuatro que forman el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa y dos del Departamento de Audiovisuales.



Figura 9 y 10. Recopilación de fotos de la representación de Paladio Arte en el Campus María Zambrano

Fuente: Elaboración propia.

- Fase Post- Evento:

Esta acción se realizó con el objetivo de darle visibilidad a mostrar su trabajo y el trabajo que hace la asociación a la sociedad. Nos parecía importante que los estudiantes pudieran conocerlos personalmente para así eliminar las barreras y trabajar por la integración, creando conciencia sobre las diferentes capacidades que tiene cada persona, garantizar la igualdad sin dejarse a nadie atrás.

5.6. Día Mundial contra el Cáncer

El cáncer es un problema sanitario, social y económico para los países. Según La Aecc, cada año se diagnostican 275.000 casos nuevos en nuestro país de personas afectadas con esta enfermedad, no obstante, hay un mayor número de curaciones y aumento en la supervivencia de los principales tumores gracias a los avances científicos y tecnológicos fruto de la investigación, y que se incorporan periódicamente a la práctica clínica.

El cáncer es una enfermedad que afecta al individuo en su salud física, en su ámbito social, en su aspecto emocional y psicológico, en su rol familiar, laboral, etc. El tabaco es uno de los principales causantes del cáncer, y por eso, el Departamento de RSC y La Aecc se unieron para realizar una acción para ayudar a los jóvenes a dejar de fumar.

- Fase Pre-Evento:

Sabíamos que queríamos dar visibilidad a esta asociación y por ello, organizamos una reunión con una de las encargadas de la sede de Segovia. El evento consistió en poner un “stand” de La Aecc en el Campus María Zambrano y concienciar a los jóvenes del daño que hace el tabaco en su cuerpo con un cooxímetro. Un cooxímetro es un aparato que determina el nivel de monóxido de carbono ppmCO (concentración de monóxido de carbono por partes por millón) que hay en el aire espirado de los pulmones. Esta técnica espectrofotométrica se llama cooximetría y su finalidad es detectar la disminución de la oxigenación de la hemoglobina. Se pretendía con el uso de este aparato obtener resultados rápidos y fáciles de interpretar para obtener la sensibilización de los fumadores participantes para finalmente darles a conocer de los programas que imparte de La Aecc con ayuda psicológica y totalmente gratis para dejar de fumar.

- **Fase Ejecución:**

El evento se llevó a cabo en La Feria del Voluntariado que tuvo lugar el 19 de febrero en el Ágora del Campus María Zambrano. Participaron más de 100 personas entre profesores y alumnos del campus. En la acción se necesitó la presencia de Esther Palomino, encargada de realizar las pruebas y representante de la asociación y los miembros del departamento encargados de promocionar los cursos.

- **Fase Post- Evento:**

Se logró gran repercusión con la acción por el número de curiosos que se acercaron y participaron logrando crear una nueva sesión en el taller con 7 alumnos.



Figura 11.

Fuente: Elaboración propia.

5.7. Anónima soy Yo

Con motivo del 8 de marzo Día Internacional de la Mujer, el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa de Publicatessen pretendía apoyar las jornadas del 11 de marzo en conmemoración a las mujeres (Firma del convenio Bibliotecas en Igualdad de

la Asociación Clásicas y Modernas), centrando nuestra atención en aquellas personas que debido a su género no recibieron el apoyo ni la visibilidad que su trabajo merecía y merece. En este caso de las escritoras.

- **Fase Pre-Evento:**

La organización empezó con la solicitud de un espacio de la biblioteca del Campus María Zambrano con mesas rodeadas con libros escritos exclusivamente por mujeres, sacados de la biblioteca. Queríamos mostrar que las estanterías de libros no se verían afectadas por la falta de ellos y manifestar la inclusión de más libros escritos por mujeres. Con la profesora Susana de Andrés, encargada del evento de Firma del convenio Bibliotecas en Igualdad de la Asociación Clásicas y Modernas, se pactó que esta acción era la última culminación del evento. En él los alumnos podrán acudir para expresar sus ideas de forma literaria, sin importar el formato que utilicen. Los objetivos principalmente eran dar visibilidad a las mujeres en el mundo de la escritura así como ofrecer la oportunidad de que los alumnos se impliquen y den a conocer sus textos, poesías..

- **Fase Post- Evento:**

El evento se llevó a cabo tal como se organizó, los alumnos y profesores se acercaron a la biblioteca y compartieron sus pensamientos y experiencias. Los formatos fueron muy diversos, desde poesía, relatos, canciones... Los departamentos implicados en la acción fueron el Departamento de Diseños encargado de realizar el cartel anunciador y el Departamento de Diseño que informaría y divulgaría la acción.



Figura 12 y 13.

Fuente: Elaboración propia.

6. CRISIS SANITARIA COVID-19

El 14 de marzo el Gobierno Español declaró el estado de alarma en el territorio español como medida ante la situación de emergencia sanitaria provocada por la COVID-19. El 15 de marzo entró en vigor el Estado de Alarma con un confinamiento en todo el territorio español que se alargó hasta el 21 de junio del 2020. Esta situación puso fin a las actividades presenciales del Festival Publicatessen obligando a la organización a reinventar el festival y adaptarse a un modelo online. Al departamento de Responsabilidad Social Corporativa afectó especialmente, ya que todas las acciones que se tenían programadas fueron canceladas.

6.1. Acciones canceladas

Desde el mes de febrero se empezó a organizar una colaboración con Segovia por el Clima, en la que se llevaría a cabo una reforestación en el municipio de Bernuy de Porreros. La actividad consiste en que voluntarios captados en el Campus María Zambrano plantarán más de 50 encinas y 50 pinos piñoneros, plantas autóctonas que mejorarían el suelo, depuran el aire, aumentan la biodiversidad y aportan sombra a la zona bajando las temperaturas. Aunque era una actividad que todavía estaba en proceso por su complejidad, se sabía que se iba a realizar a principios del mes de abril y por el Estado de Alarma fue cancelada.

Otra actividad cancelada fue un concierto benéfico en el que los mismos alumnos de la universidad iban a ser los protagonistas. El dinero iba a ser destinado al resto de protectoras de animales de Segovia que no se vieron beneficiadas con el Mercadillo Solidario. Esta actividad estaba en el principio de organización con reuniones con el Departamento de Patrocinio y la Junta directiva.

6.2. Acciones realizadas

6.2.1. Día de la Enfermería

Con motivo del 12 de mayo, Día de la Enfermería, nos pusimos en contacto con enfermeras/as para que nos contasen lo que es para ellos su profesión y como están viviendo estos momentos. Se realizó un video de 2:35 respondiendo preguntas como:

- ¿Qué significa para ti la enfermería y por qué la elegiste como profesión?
- ¿Cómo están haciendo frente a esta situación?
- ¿Qué te llevas a nivel profesional y personal de esta situación?

El resultado final fue un emotivo vídeo que superó las 2.400 reproducciones, en el que seis enfermeros/as cuentan lo más bonito y lo más duro de su profesión pidiendo respeto y responsabilidad a la población.

Esta acción fue la única hecha completamente por el Departamento de RSC, puesto que ellos mismo fueron los que divulgaron la acción y realizaron la edición del vídeo.

Se puede visualizar el vídeo en Instagram del Festival Publicatessen.

<https://www.instagram.com/p/CAFk4MmCEeg/>

6.2.2. Cartas a la Residencia Hermanitas de los Pobres

La iniciativa de esta acción nace con la crisis sanitaria producida por el Covid-19. Esto obligó a las personas mayores a someterse a cuarentenas más estrictas que las realizadas por el resto de las personas. Esta situación ha hecho que los ancianos pierden, en gran medida, el contacto con sus seres queridos y sus amigos, ya que, en muchos casos no tienen los conocimientos necesarios para contactar por internet o no poseen la tecnología necesaria. Por esto se puso en marcha la acción que consistía en redactar cartas de apoyo, por parte de los miembros de la comunidad universitaria de Segovia dirigidas a los ancianos que viven en la residencia Hermanitas de los Pobres.

El correo del departamento fue el lugar en el que los voluntarios podían enviar las cartas por lo que se recibían cartas de varias personas desde diversas ciudades. La fecha límite que se puso para recibirlas fue el 11 de junio y al día siguiente un miembro del departamento se dirigió a la residencia a dejar las cartas impresas en el buzón.

Esta es una de las iniciativas con más historia en la organización del festival, pues años anteriores los alumnos se habían desplazado a la residencia para conocer a los mayores e interactuar con ellos.

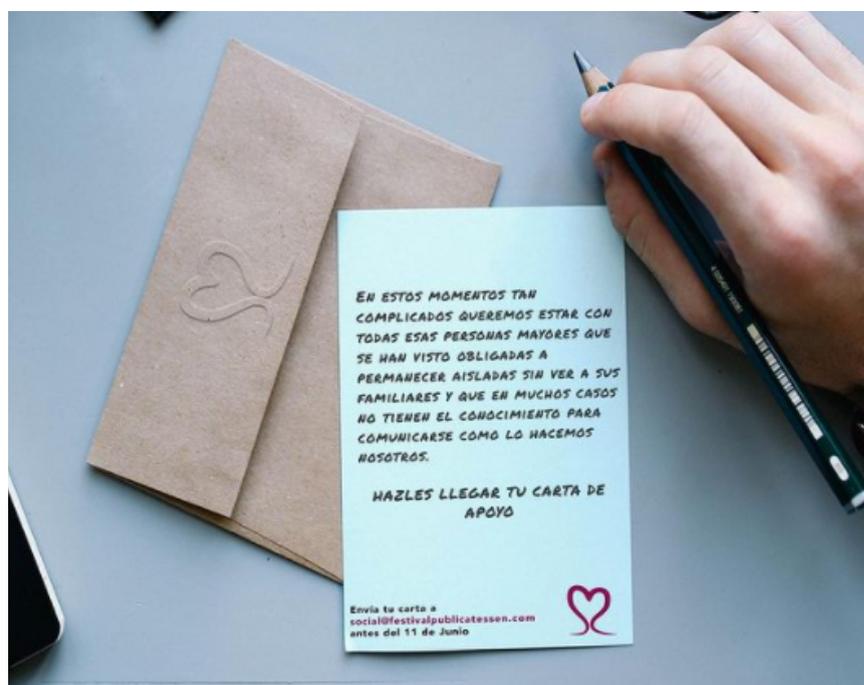


Figura 14. Cartel para dar a conocer la acción de Cartas a la Residencia Hermanitas de los Pobres

Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.

7. CONCLUSIONES

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es detallar el trabajo realizado por el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa durante los seis meses de organización del Festival Publicatessen. Contar cómo se realizaron las acciones, los problemas que se encontraron y aportaciones para las generaciones futuras.

En primer lugar, el objetivo de darle un valor añadido al festival y apoyar las acciones interactuando y haciendo parte del entorno, involucrando la ciudad se considera cumplido. Pues se realizaron varias acciones en las que la gente de Segovia fue parte del Festival, como El Mercadillo Solidario o la acción con Paladio Arte. Esto dio notoriedad y presencia al festival en el entorno.

En cuanto a los objetivos generales del departamento:

- El objetivo solidario superó todas las expectativas. Se consiguieron recaudar tanto fondos monetarios, como fondos materiales para diferentes asociaciones de la ciudad. Siendo el año que más dinero se recaudó.
- El objetivo medioambiental principal fue cancelado por el Estado de Alarma, aunque es cierto que en cada evento y acción del festival el departamento estuvo presente para apoyarlos con cubos para reciclar y asesorándolos para generar el menor impacto posible. Haciendo las actividades del festival más respetuosas y sostenibles con el medio ambiente.
- El objetivo Sociocultural, pretende colaboraciones con entidades, fundaciones y colectivos, e hicimos parte a muchas asociaciones de nuestras actividades como a la Aecc, La residencia el Sotillo, entre otras. Cumpliendo así con nuestro objetivo sociocultural.

En general, los objetivos que nos propusimos desde el principio de la edición fueron cumplidos por el departamento con acciones de diferente índole. Podríamos decir que las acciones realizadas por el departamento cambiaron y mejoraron la imagen del festival, se vio un lado más solidario concienciado.

Para finalizar, es importante destacar algunos puntos a tener en cuenta para las generaciones futuras:

- La importancia de organizar las acciones con tiempo, esto ayudará a conocer lo que se necesita del resto de departamentos y obtener los permisos necesarios o colaboraciones.
- Una comunicación interna es de gran importancia, comunicar las diferentes actividades y hacer al resto de la organización partícipes. La comunicación entre el departamento es de igual importancia.
- Es importante conocer la mejor forma de llegar al público, muchas veces una buena acción se ve afectada porque no está enfocada en su público objetivo.
- Implicar a los
- Aprovechar al máximo la libertad con la que cuenta el departamento para crear sin olvidar las acciones que fueron efectivas los años anteriores, ya que se pueden volver una tradición del festival y del departamento.
- Consultar con agentes exteriores las acciones que se van a realizar y cómo se van a comunicar, puesto que a veces se tratan temas serios y esto se puede convertir en un problema para el festival.
- El Departamento de RSC es uno de los que más trabaja durante el año lectivo, por lo que es necesario contar con personas proactivas que se impliquen.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Bolonia, D. d. (1999). *El espacio Europeo de la Enseñanza Superior. Declaración conjunta de los ministros europeos de educación reunidos en Bolonia el 19 de junio de 1999*. Universidad Miguel Hernández. Recuperado de: <http://eees.umh.es/contenidos/Documentos/DeclaracionBolonia.pdf>
- Consejería de Sanidad (2020). Boletín Oficial de Castilla y León. (50). Recuperado de: <https://camaraleon.com/wp-content/uploads/2020/03/BOCYL-120320.pdf>
- Cuadrado, C. y Rodríguez, R. (2015) *El abc en la organización de eventos*.FC Editorial. Fundación Confemetal.
- Festival Publicatessen. (2020). *Festival Publicatessen, Segovia*. Recuperado de Festival Publicatessen <http://festivalpublicatessen.com>
- García, R. F., & Llorente, C. (2009). Responsabilidad social corporativa. Una estrategia para conseguir imagen y reputación. *Icono*, 14(13), 95-124.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. (2010) *Metodología de la Investigación* (5ª Ed.). México: McGraw Hill Educación.
- Ministerio de Educación y Ciencia. (2007). *Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*. Recuperado de: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2007/10/29/1393/com>
- Ramírez Barrientos, L. Y. (2015). *Importancia del voluntariado en la construcción de una ciudad solidaria integrada a los objetivos del milenio. Un análisis del trabajo social* (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).

- Real Decreto-ley 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Boletín ficial del Estado, 29 de octubre de 2007, núm. 260 a 274. [BOE.es - BOE-A-2007-18770 Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.](#)
- Universidad de Valladolid. (2009). *Grado Adaptación Bolonia. Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas. Segovia*. Recuperado [Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación \(uva.es\)](#)

9. ANEXOS

ANEXO I

BASES DEL CONCURSO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Descripción: Dado que el Día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer es el 25 de Noviembre, se propone realizar un concurso de piezas gráficas y audiovisuales para soportes gráficos en prensa escrita y de TV o digital con el objetivo de denunciar la violencia contra este género.

Entidad organizadora del Concurso: Festival Publicatessen.

Participantes: Todos los alumnos matriculados en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y Doble Grado de Publicidad y Turismo del Campus María Zambrano.

Categorías:

- Categoría audiovisual
- Categoría piezas gráficas

Bases del concurso:

- Las piezas presentadas, serán originales e inéditas. El participante debe ser el autor genuino de la propuesta y será responsable de las acciones que se deriven en caso de plagio.
- En la entrega de las piezas el participante deberá firmar una autorización de los derechos de difusión y publicación de sus piezas.
- El participante presentarse por una o ambas categorías presentando una única pieza para formato audiovisual y máximo tres para formato gráfico.
- Cada pieza debe ser presentada, individualmente, dentro de un CD/DVD.
- En el caso de las piezas gráficas, se deberá entregar en formato JPG, con un tamaño mínimo de 1920x1920 píxeles y que no ocupe más de 6 MB.
- El material audiovisual girará en torno a un spot no superior a los 60 segundos.
- Las piezas no contendrán logos, logotipos o símbolos de ninguna índole.
- El comité evaluador sólo examinará las campañas que cumplan con los requisitos exigidos.
- Se prestará especial atención al grado de originalidad de la propuesta.

Plazos: El calendario que seguirá el concurso será el siguiente:

- **Plazo de presentación de piezas concursantes:** se recogerán el 18 y 19 de noviembre de 2019 en el ágora del Campus María Zambrano en horario de mañana de 12:30h a 14:00h y en horario de tarde de 18:00h a 20:00h
- **Votación del jurado:** miércoles 20 de noviembre.
- **Publicación de ganadores:** 21 de noviembre en las redes sociales del Festival Publicatessen.

Formas de entrega: La entrega de las piezas se hará de forma presencial en el ágora del Campus María Zambrano.

Las piezas presentadas deben ir en un CD únicamente con el lema escogido por el participante en la parte delantera del mismo, sin el nombre del autor.

Con la entrega, se adjuntará un folio con la descripción y explicación de lo que aparece en las piezas y los miembros encargados de la recogida entregarán una ficha al participante o participantes que deberán rellenar con sus datos.

Por último será todo recogido en un sobre blanco ofrecido por los miembros de Publicatessen.

Premios:

- El premio en **categoría audiovisual** será la publicación de la pieza el día 25 de noviembre en el programa Magazine de La 8 Segovia, junto a la posibilidad de una entrevista
- El premio en **categoría piezas gráficas** será la publicación de la pieza en el periódico tanto impreso como digital "El día Segovia" con tirada el fin de semana del 22 al 24 de noviembre de 2019.

Miembros del jurado: el jurado estará compuesto por:

- Un miembro de la junta del Festival Publicatessen.
- Dos miembros del departamento de RSC del Festival Publicatessen.
- El director del grupo de comunicación Promecal en Segovia.
- Un profesor del campus María Zambrano.
- El técnico especialista en fotografía y diseño.

ANEXO II

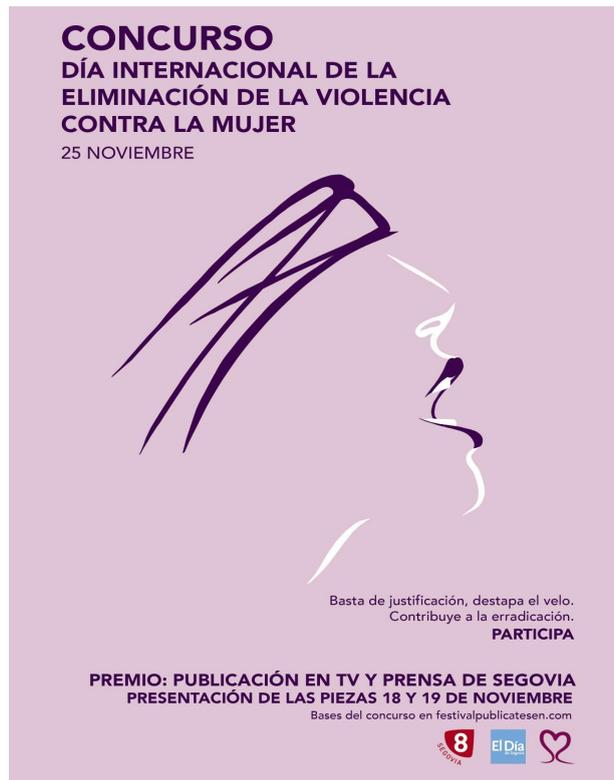


Figura 14. Cartel Concurso Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.

ANEXO III



Figura 15 y 16. Carteles para la recogida de donaciones del Mercadillo Solidario.

Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.

ANEXO IV

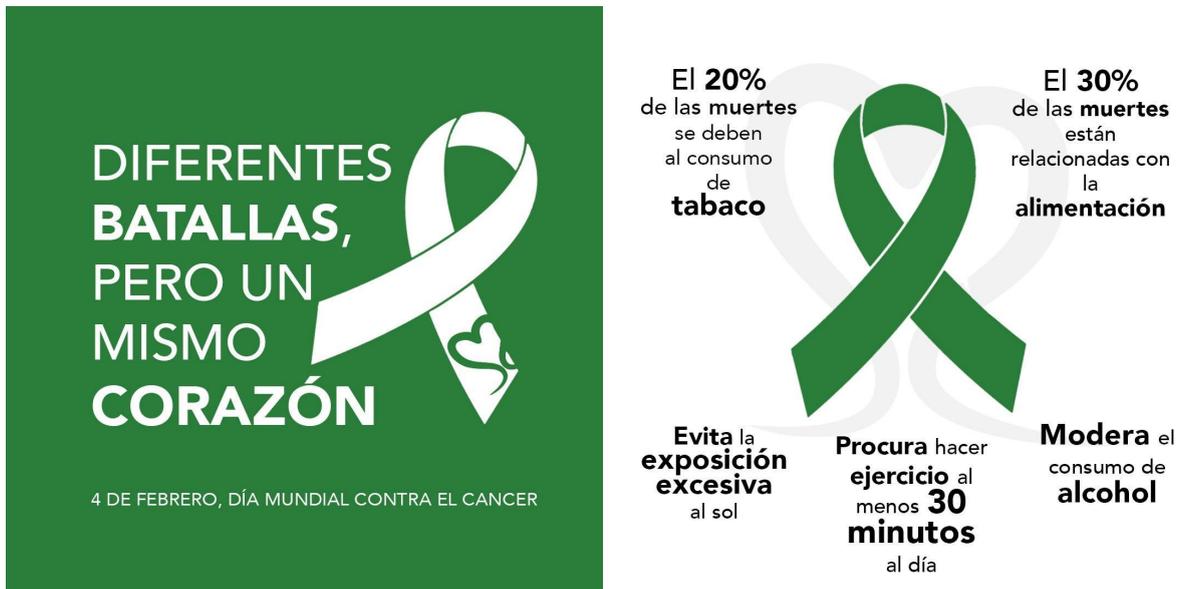


Figura 15 y 16. Carteles para la recogida de donaciones del Mercadillo Solidario.

Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.



Figura 15 y 16. Carteles para la recogida de donaciones del Mercadillo Solidario.

Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.

ANEXO V



Figura 17. Cartel publicado por el Día de la Mujer.
Fuente: Elaboración por el Departamento de Diseño.