

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



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2021-2022

**PUBLICATESSEN XV EDICIÓN:
PRESIDENCIA**

Festival Publicatessen

CARMEN PÉREZ BLÁZQUEZ

Tutor/a académico/a: María Ángeles Núñez Casado
SEGOVIA, julio de 2023

ÍNDICE

1. Introducción	2
2. Historia de Publicatessen	4
3. XV Edición del Festival	6
4. Adaptación del Festival a los planes de Estudio del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.....	11
5. Metodología empleada en el desarrollo	29
5.1. Organigrama de la XV Edición de Publicatessen.....	31
5.1.1. Departamento de Diseño	31
5.1.2. Departamento de Patrocinio y Tardecitas	34
5.1.3. Departamento de Jornadas.....	38
5.1.4. Departamento de Gala	43
5.1.5. Departamento de Protocolo.....	47
5.1.6. Departamento de comunicación	48
5.1.7. Departamento de RSC.....	49
5.1.8. Departamento de Audiovisuales.....	52
5.2. Presidencia	53
5.2.1 Funciones de la Presidencia	54
6. Cronograma y resultados.....	56
7. Conclusión	64
8. Bibliografía	68
9. Anexos.....	70

1. Introducción

Cada año, al iniciar el curso, la promoción saliente del grado de Publicidad y Relaciones Públicas tiene como misión principal llevar el festival Publicatessen a su máximo esplendor una vez más. Publicatessen es una experiencia universitaria única realizada por los alumnos de cuarto curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas en el campus de María Zambrano, en Segovia, de la Universidad de Valladolid.

Este festival consiste en la creación de un evento de publicidad siguiendo los estándares profesionales y en los últimos años ha obtenido un reconocimiento destacado a nivel nacional y se ha convertido en un trampolín para aquellos que participan en él en su transición al mundo laboral. Para su realización, se establecen 8 departamentos y una junta directiva que trabajan de manera cooperativa para organizar el festival. Estos departamentos cuentan con la supervisión de profesores del grado, particularmente Marian Núñez y Alberto Martín, quienes brindan apoyo y orientación para asegurar una ejecución adecuada del evento.

Los departamentos de audiovisuales, comunicación, diseño, gala, jornadas, patrocinio, protocolo y responsabilidad social corporativa desempeñan un papel fundamental en la realización óptima del festival. Trabajan en estrecha colaboración con los demás departamentos con el objetivo de minimizar errores y lograr que el festival se lleve a cabo de la mejor manera posible. Cada departamento cuenta con un coordinador y un subcoordinador, quienes lideran las actividades y trabajan de manera conjunta para alcanzar los objetivos establecidos.

Estos departamentos se encargan de diversas tareas que contribuyen al éxito del festival. Desde la planificación y ejecución de acciones audiovisuales, la gestión de la comunicación y promoción del evento, el diseño de elementos visuales, la organización de la gala y las jornadas, hasta el establecimiento de relaciones con los patrocinadores, la coordinación del protocolo y la responsabilidad social corporativa. Cada departamento tiene sus funciones específicas para garantizar una experiencia completa y enriquecedora para el alumnado.

La celebración de nuevas ediciones es un legado que se ha consolidado como una oportunidad para que los estudiantes protagonicen un caso práctico relevante, preparándose para su futuro laboral. La trascendencia y relevancia del festival permiten que los participantes adquieran experiencia práctica y se preparen para los desafíos reales en las futuras profesiones.

Publicatessen va más allá de ser simplemente un festival de publicidad. Además de presentar diferentes categorías a las que los estudiantes pueden postularse, también ofrece la oportunidad de asistir a talleres, charlas y eventos organizados en la universidad. Es una vivencia académica sin igual que transforma a los estudiantes que colaboran en alumnos llenos de orgullo y privilegio. Representa un hito en su etapa universitaria y establece un vínculo con la ciudad de Segovia, la universidad y aquellos profesores y compañeros con los que no tuvieron la oportunidad de interactuar en años anteriores de la carrera.

El festival supone una extraordinaria oportunidad para demostrar las competencias adquiridas durante el grado, como la organización de eventos, la creación de piezas publicitarias y la gestión de redes sociales.

El objetivo de este trabajo de fin de grado es realizar una memoria detallada de la decimoquinta edición del Festival Publicatessen. Esta memoria recopila y analiza todas las actividades, logros y aprendizajes obtenidos durante el desarrollo y ejecución del festival, destacando el impacto que ha tenido tanto en los estudiantes como en la comunidad universitaria en general.

2. Historia de Publicatessen

Publicatessen es un festival universitario cuyo objetivo es la organización de actividades en el ámbito de la Publicidad, la Comunicación, el Marketing y las Relaciones Públicas. Es una asociación sin ánimo de lucro que está formada por los alumnos de 4ª curso del grado de Publicidad y RRPP.

Publicatessen surgió como una iniciativa para compartir la pasión por la publicidad con los estudiantes y la comunidad de Segovia. En un principio, se realizaba durante una noche, en la que se proyectaban anuncios publicitarios en la plaza Juan Bravo de la ciudad de Segovia. Con el tiempo, el evento creció y se convirtió en festival de publicidad, conocido como Publicatessen, que incluye la participación de destacados profesionales de la publicidad. También se crearon los “Acuetruchos”, premios específicos para estudiantes de publicidad que permiten a todos los alumnos participar y demostrar sus habilidades adquiridas durante la carrera.

El objetivo principal de Publicatessen es brindar una oportunidad a los estudiantes para ser los protagonistas y poner en práctica lo aprendido durante su formación académica en publicidad. Estos objetivos se mantienen firmes en la actualidad.

El festival consta de 8 departamentos que junto a la presidencia son los responsables de coordinar y organizar todas las acciones que tendrán lugar durante el festival Publicatessen. Cada departamento está tutorizado por un profesor que guía en el trabajo a los alumnos y por un técnico de informática que cubre los servicios técnicos:

- Marian Núñez
- Alberto Martín
- Azucena García García
- Noemí Carmen Martín García
- Lara González Díaz
- Carmelo Jiménez Martínez

- Álvaro Jiménez Sánchez

Además, el Festival cuenta con el apoyo y respaldo del vicerrectorado del Campus María Zambrano y decanato de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid.

La esencia del festival sigue siendo la misma, y el sentimiento de unión y familia entre los participantes ha aumentado en cada edición. Incluso durante la pandemia, el festival ha continuado, adaptándose a las circunstancias con una gala realizada a través de videoconferencia. La distancia social no ha impedido que la gala esté llena de participantes, y la determinación de los estudiantes por seguir participando ha sido inspiradora, generando una mayor unión entre ellos y el festival.

3. XVª Edición Del Festival

Durante el curso 2022/2023 ha tenido lugar la XV Edición del Festival Publicatessen, organizado por los alumnos de la promoción saliente del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, y del doble grado de Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid que se imparten en el Campus María Zambrano.

La coordinación se lleva a cabo a través de la Junta Directiva compuesta por una presidenta y un tesorero junto con los coordinadores/as y subcoordinadores/as de los siguientes departamentos:

- Departamento Diseño
- Departamento Patrocinio y Tardecitas
- Departamento Jornadas
- Departamento Gala
- Departamento Protocolo
- Departamento Comunicación
- Departamento RSC
- Departamento Audiovisuales

Para garantizar un seguimiento efectivo y una evaluación regular, se realizaron reuniones semanales en las que participaban todos los miembros de la junta directiva. Estas reuniones proporcionaron la oportunidad de realizar un seguimiento detallado y una evaluación conjunta de las tareas asignadas a cada miembro. Gracias a esta evaluación conjunta, todos los miembros de la junta directiva lograron avanzar en sus responsabilidades semana tras semana, contribuyendo así al progreso general del equipo.

La integración de los coordinadores en la junta directiva del festival ha beneficiado en gran medida la comunicación entre los departamentos. Al contar con la participación activa de los coordinadores en la toma de decisiones y la planificación estratégica, se ha establecido un canal directo y fluido de comunicación entre los departamentos. Esta integración ha permitido un mejor intercambio de ideas, perspectivas y necesidades entre los distintos equipos,

fomentando así una mayor colaboración y sinergia en la ejecución de las actividades del festival.

Una vez creada la junta directiva, se convocó la siguiente reunión con todas las coordinadoras para plantear la organización del equipo y cómo íbamos a ir desarrollando la edición. Al tener a los coordinadores directamente involucrados en la toma de decisiones y la gestión del festival, se ha logrado una comunicación más rápida y eficaz. Esto ha permitido un intercambio directo de información, ideas y necesidades, lo que ha agilizado los procesos de planificación, ejecución y seguimiento de las actividades del festival. Se ha fortalecido la coordinación y la eficiencia en la comunicación entre todos los miembros del equipo. La inclusión de todos los coordinadores en la junta directiva ha agilizado significativamente la comunicación entre todas las personas involucradas.

Así ha sido, los patrocinadores por primera vez han estado muy presentes en la ciudad donde se realiza el festival como en las jornadas y gala, la presencia en las aulas dando a conocer las acciones que íbamos realizando, una escucha activa por parte del festival hacia los estudiantes para volar sus inquietudes e intereses, convirtiendo a las jornadas por primera vez aforo completo. La distribución de las tareas ha sido un pilar fundamental en el desarrollo del festival, nuestra imagen visual por parte del departamento de diseño y comunicada por el departamento de comunicación a nuestro público objetivo, los estudiantes. Los patrocinadores atendidos por el departamento de patrocinio y como representante en los actos públicos y la relaciones con las instituciones la presidencia, teniendo de esta forma un contacto muy cercano.

El tema de esta edición fue lanzado a concurso para todos los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus María Zambrano de Segovia, y fue votado por los alumnos de cuarto de carrera que formaban parte de la organización de esta edición.

“Después del COVID, numerosos acontecimientos y muchas ediciones... ¡Nuestro festival cumple 15 años!

Después de tanto tiempo, los alumnos piden una revolución de ideas. Un gran cambio que será llevado por parte de PUBLICATESSEN XV. La idea principal del tema es la Revolución francesa, etapa histórica que marcó el inicio de la Edad Contemporánea al sentar las bases de la democracia moderna. Esta edición será igual de trascendental y estará basada en la libertad, la igualdad y la fraternidad de todos sus miembros y de la comunidad publicitaria.

¡La publicidad guiará al pueblo (los alumnos) a una nueva etapa dorada de nuestro festival! Se jugará con el concepto de revolución, vanguardismo, valores humanos de comunidad, feminismo ... se huirá de todo lo convencional para demostrar que ESTA ES LA EDICIÓN.”

(Publicatessen, 2022: s.p.)

El XV festival Publicatessen se desarrolló bajo el lema “La Revolución Publicitaria” suponiendo el eje central en torno al cual desarrollar las actividades que tuvieron lugar durante todo el curso 2022-2023.

El tema y logo oficial del XV festival Publicatessen fue elegido mediante el lanzamiento de un concurso en el que participaron los alumnos del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. El jurado lo formaron los miembros integrantes de la organización del Festival. En la categoría de “Tema” la ganadora fue la alumna Ana Carreño bajo el título de: *La Revolución Publicitaria*, y en la categoría de “Logotipo” (imagen 1) el ganador fue el alumno Iñigo Garrido. Ambas categorías fueron premiadas posteriormente en la gala con un Acuetrucho.

Imagen 1: Logotipo XV edición Publicatessen



Liberté, Égalité, Publicité

Fuente: Departamento de diseño XV edición. 2023

Durante todo el proceso de organización del festival Publicatessen, desde la formación del equipo hasta la celebración de la gala, mantuvimos una presencia constante y activa. Las conocidas Jornadas tuvieron lugar entre el 17 y 20 de abril de 2023, celebrándose el día 20 de abril la gala donde finaliza la edición.

Las acciones llevadas a cabo durante este curso pueden agruparse en tres bloques:

- **Jornadas XV Edición:** a lo largo del 17 al 20 de abril se celebraron las jornadas en las que participaron 26 profesionales en diferentes talleres y ponencias. El objetivo era crear un evento que fuera atractivo e interesantes para los alumnos buscando una representación equitativa entre los diferentes perfiles profesionales que ofrece el mercado laboral. En el *ANEXO II* de este trabajo se puede ver el calendario por día de las jornadas de la XV edición del Festival Publicatessen.
- **Eventos:** Mediante relaciones de patrocinio se colaboró con diferentes establecimientos e instituciones de la provincia de Segovia que permitieron la realización de diferentes eventos en los que no solo participaron los alumnos del campus, sino que además se potenció la participación de la sociedad segoviana. Adicionalmente, el departamento de Responsabilidad Social Corporativa llevó a cabo iniciativas que acercaron el festival a su lado más humano.

- Gala XV Edición: con motivo de la entrega de los reconocidos Acuetruchos, la gala de la XV Edición del Festival Publicatessen tuvo lugar en el salón de actos del Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid en Segovia la noche del 20 de abril. La participación en las categorías superó las 250 piezas presentadas. Los premios “Acuetruchos” fueron realizados por la empresa Aluminios.

4. Adaptación del Festival a los planes de Estudio del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Como se ha mencionado previamente, el Festival Publicatessen es organizado por estudiantes de cuarto año de la carrera de Publicidad y RRPP. Esta oportunidad les brinda una experiencia valiosa para fortalecer las habilidades adquiridas durante los cuatro años de estudio y, por lo tanto, es una excelente opción para realizar su Trabajo de Fin de Grado.

El festival Publicatessen surge como resultado de un proyecto de innovación docente que busca promover el desarrollo de las habilidades y competencias adquiridas durante la carrera en un entorno real. Los estudiantes que participan en la organización del festival tienen la oportunidad de desarrollar sus competencias en un departamento que se adapta a sus habilidades e intereses profesionales, y están organizados de acuerdo a los itinerarios ofrecidos en el plan de estudios.

Siguiendo la Adaptación de Bolonia en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de 2009 (Verifica, 2009), se describen una serie de competencias (tanto generales como específicas) cuyos alumnos y alumnas que cursen esta formación las deberán haber adquirido en los años que estudien el Grado. Formar parte de la coordinación del Festival Publicatessen contribuye a fijar dichas competencias. Seguidamente, se muestra una tabla en la que se analizan las competencias que plantea el Verifica del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, (columna izquierda) y el fortalecimiento/consolidación que conlleva Publicatessen con relación a dichas competencias (columna derecha):

COMPETENCIAS DEL GRADO DE PUBLICIDAD Y RR.PP.	CONSOLIDACIÓN COMPETENCIAS
COMPETENCIAS GENERALES	
COMPETENCIAS INSTRUMENTALES	

<p>(CG-1) Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado.</p>	<p>Durante el desarrollo y la elaboración de la XV edición del festival tenemos en cuenta las técnicas estudiadas en clase para conseguir una correcta promoción, organización y gestión del festival.</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>Coordinar el festival junto con mis compañeros nos ha permitido que pongamos en práctica todos los conocimientos que hemos ido aprendiendo durante los años del grado. Trabajar de manera profesional con empresas externas a la universidad nos refuerza a las capacidades que hemos ido adquiriendo en clase. Se llevaron a cabo diversas conversaciones para cerrar contratos con las empresas proveedoras de los productos requeridos.</p>
<p>(CG-3) Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.</p>	<p>Las reuniones han estado muy presentes en todo el proceso de aprendizaje del proyecto. La primera reunión que planteamos fue con la antigua presidenta y vicepresidenta para que nos aconsejaran y explicaran cómo habían llevado su puesto en la edición pasada. Hablando de acciones realizadas, errores cometidos y oportunidades de mejora. Después de recibir toda la información proporcionada por la anterior junta directiva, el vicepresidente y yo nos reunimos para tomar decisiones sobre el rumbo que tomaríamos en esta nueva edición, teniendo en cuenta los logros y contratiempos experimentados en la edición anterior. Analizamos detenidamente los resultados obtenidos y los desafíos que surgieron, con el objetivo de aprender de ellos y establecer estrategias más efectivas para el éxito del festival.</p>
<p>(CG-4) Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones.</p>	<p>Junto a la Junta Directiva de la edición hemos tenido una comunicación muy activa, notificando cualquier acción, de esta manera haciendo partícipe a todas las personas</p>

	<p>involucradas en el festival. Resolviendo todo tipo de infortunios de manera asertiva y con diálogo. A medida que el festival avanzaba, pude observar cuál era la forma más efectiva de comunicarme con las coordinadoras de cada departamento. Inicialmente, opté por una comunicación más grupal, tratando de transmitir información relevante de manera conjunta. Sin embargo, a medida que el proyecto progresaba, me di cuenta de que era más eficiente y productivo dialogar con cada departamento por separado. Esto permitía abordar temas específicos y resolver cualquier problema de manera más ágil y directa. Adaptar mi enfoque de comunicación me permitió establecer una mejor conexión y comprensión con cada equipo, facilitando el flujo de información y el logro de los objetivos del festival. Siendo esto compartido en la siguiente reunión grupal con el objetivo de que todos puedan aprender de los contratiempos y extraer lecciones de ellos.</p>
<p>(CG-5) Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>	<p>Todas las personas con mayor carga de responsabilidad de la edición hemos estado de acuerdo que el desarrollo del festival equivalen a unas prácticas profesionales, reafirmando nuestra capacidad de liderazgo, responsabilidad y compromiso hacia el festival. Una de las habilidades que he desarrollado y asimilado profundamente es la capacidad de relativizar y priorizar por puntos, evaluando cuidadosamente qué tareas eran viables de llevar a cabo y cuáles no. He aprendido a dar prioridad a las actividades urgentes y a descartar aquellas que podían realizarse en un momento posterior. Esta habilidad ha generado en mí una gran confianza, especialmente de cara a mis futuros estudios y carrera profesional en el</p>

	<p>ámbito de los eventos y las agencias de publicidad.</p>
<p>(CG-6) Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional.</p>	<p>Junto con el departamento de RSC hemos coordinado acciones de compromiso social con la comunidad segoviana y la académica. Como presidenta, mi objetivo principal ha sido fomentar la participación equitativa de todas las personas en el festival, otorgando mayor responsabilidad a los coordinadores, pero sin menospreciar la importancia de cada individuo. He valorado y escuchado todas las propuestas y sugerencias, con el fin de mejorar tanto el festival como la comunicación con los alumnos involucrados en él.</p>
<p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</p>	
<p>COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES</p>	
<p>(CE-1) Conocimientos fundamentales de comunicación.</p>	<p>La práctica de la comunicación ha sido un elemento esencial en la organización del festival y ha sido abordada a lo largo del grado de manera constante. Dicha práctica ha sido utilizada de diversas maneras dependiendo de la situación, ya sea en reuniones con instituciones, como alcaldesa de Segovia, o en reuniones internas de la junta directiva. En mi rol de presidenta, he mantenido una comunicación activa y asertiva con la junta directiva. Por otro lado, en situaciones que involucran a altos cargos tanto de la universidad como de la comunidad segoviana, como en ruedas de prensa o reuniones privadas con dichas personas, se ha empleado una comunicación más formal, de escucha y de aprendizaje.</p>
<p>(CE-2) Capacidad para asumir el liderazgo.</p>	<p>Ser parte de la junta directiva conlleva la responsabilidad de liderar y dirigir el festival. La gestión de un grupo numeroso de personas ha sido una tarea fundamental, además de ser la portavoz y dar voz a todas las propuestas presentadas por los miembros</p>

	<p>del Festival. Un desafío personal al que me he enfrentado y del que he aprendido mucho. A través de esta experiencia, he tenido la oportunidad de superar obstáculos, aprender nuevas habilidades y descubrir más sobre mí misma. Este desafío me ha enseñado la importancia de la perseverancia, la capacidad de adaptación y la autoconfianza. Como presidenta del festival, me he enfrentado a situaciones en las que he tenido que tomar decisiones que han implicado cambios en la dirección que estábamos siguiendo como equipo. Por ejemplo, en el ámbito de nuestras estrategias de redes sociales, hemos tenido que eliminar contenido, incluso aquellos videos que contaban con un alto número de visualizaciones hasta ese momento. Aunque tomar estas decisiones no siempre resulta fácil, lo he hecho con el objetivo de mantener la coherencia y la calidad de nuestro mensaje, así como de salvaguardar la imagen y los valores del festival.</p>
<p>(CE-3) Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.</p>	<p>En estos seis meses de trabajo y oportunidades, una tan valiosa como ser la decimoquinta edición del festival, hemos tenido una labor muy importante, destacarnos de las anteriores. La comprensión del campo científico en el que nos desarrollamos fue fundamental para seleccionar adecuadamente a los ponentes, teniendo en cuenta los diferentes perfiles existentes en cada momento. Al entender el contexto científico, pudimos identificar y elegir a expertos y profesionales que se ajustaran a las necesidades específicas de cada ocasión, asegurando así la calidad y pertinencia de las ponencias. A medida que el festival avanzaba, nos dimos cuenta de que nuestra audiencia nos visualizaba más en el campus María Zambrano que en las redes sociales.</p>

	<p>Por lo tanto, decidimos tomar medidas para llegar a un público más amplio dentro de la universidad. Una de estas acciones fue la colocación estratégica de carteles publicitarios en toda la universidad, donde destacamos las distintas actividades y los ponentes que participaron en las jornadas. De esta manera, buscamos captar la atención de los estudiantes y fomentar su participación en las actividades del festival.</p>
<p>CE-4 Conocimiento del entorno</p>	<p>El entorno del Festival Publicatessen abarca tanto a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas como a la sociedad de Segovia, donde se lleva a cabo dicho proyecto. Para mantener una comunicación continua con los estudiantes, se utilizan las redes sociales del festival y se organizan eventos por parte del departamento de patrocinio, con el fin de conocer las necesidades y curiosidades del público objetivo. El departamento de comunicación, en colaboración con la presidencia, llevó a cabo una serie de acciones para interactuar con nuestros seguidores en <i>Instagram</i> y <i>TikTok</i>. Una de estas acciones consistió en abrir cajas de preguntas en la cuenta de Publicatessen en <i>Instagram</i>, donde invitamos a los seguidores a participar y responder preguntas sobre los diferentes departamentos de Publicatessen, así como aclarar cualquier duda que tuvieran sobre la participación en las categorías. Esta dinámica nos permitió ver que conocían del festival y sus necesidades para participar en él.</p> <p>Además, en el mes de diciembre, realizamos una acción en la red social <i>TikTok</i>, donde grabamos videos preguntando a distintos estudiantes de la universidad si conocían Publicatessen. Esta iniciativa nos permitió ampliar nuestra visibilidad y llegar a un</p>

	<p>público más amplio, aprovechando el potencial de esta plataforma para generar interacciones y despertar el interés en el festival.</p> <p>Asimismo, se mantiene un contacto constante y cercano con la ciudad de Segovia mediante la realización de acciones de Responsabilidad Social Corporativa, como las distintas visitas realizadas a la Residencia Hermanitas de los Pobres, y reuniones con instituciones públicas, la alcaldesa de Segovia, obteniendo de este modo un <i>feedback</i> muy valioso para el desarrollo del festival.</p>
<p>CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación</p>	<p>El grado enfatiza la importancia del trabajo en equipo, y Publicatessen es un proyecto colaborativo entre los alumnos que están por graduarse. Cada semana, el equipo de la junta directiva se reúne para compartir ideas y opciones, y se da cuenta de que su capacidad creativa avanza junto con las necesidades del festival. Al ser coordinado por los alumnos salientes del grado, cada edición ofrece la oportunidad de innovar en aspectos que han gustado en ediciones anteriores, como la inclusión de minijornadas o la variación de los profesionales que participan en las jornadas. Es muy gratificante ver cómo los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de estudio se aplican en Publicatessen.</p>
<p>CE-6 Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales</p>	<p>A medida que avanzaba el proyecto, se tomó conciencia de la necesidad de emplear líneas estratégicas adecuadas para llegar al público objetivo y mantener una buena relación con los patrocinadores. Se identificó que la forma en que se comunicaban a través de las redes sociales requería un cambio. Desde la presidencia se realizó una reunión con el departamento de comunicación para</p>

	<p>implementar nuevas estrategias que permitieran atraer nuevos públicos y alcanzar los objetivos establecidos al final del festival, mientras se fideliza a los alumnos y patrocinadores en el inicio del proceso.</p>
<p>COMPETENCIAS PROFESIONALES</p>	
<p>(CE-7) Capacidad y habilidad de atención al cliente.</p>	<p>En el caso de Publicatessen, nuestros clientes son los estudiantes que asisten a todas las acciones realizadas desde el comienzo de la XV edición del festival. Durante seis meses, hemos utilizado varios medios para asegurarnos de que podemos atenderlos adecuadamente, entre ellos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las redes sociales del festival estuvieron disponibles las 24 horas del día para responder cualquier pregunta, duda o queja que pudieran tener. - Se anunciaron con anticipación los eventos que íbamos a realizar para evitar interferir en los planes personales de nuestros clientes. - Se tuvieron en cuenta las necesidades alimentarias de cada persona en los eventos en los que se ofrecía comida, proporcionando opciones para intolerantes. - Se amplió el plazo de venta de entradas cuando fue necesario. - Se crearon actividades académicas, solidarias y de ocio que fueran de interés durante todo el año. <p>Nos preocupamos por ofrecer una atención personalizada a nuestros clientes y brindarles un apoyo constante durante el proceso de compra de entradas para las jornadas. Desde la presidencia y en colaboración con la coordinadora de comunicación, nos aseguramos de responder de manera individual y personalizada a todas las personas que nos contactaron a través de la cuenta de Publicatessen en <i>Instagram</i>. Estuvimos disponibles para resolver sus</p>

	<p>dudas y proporcionarles la información necesaria, garantizando una experiencia de compra satisfactoria.</p> <p>Esta atención individualizada nos permitió establecer una conexión cercana con nuestro público y demostrar nuestro compromiso en brindar un excelente servicio. Valoramos la importancia de cada persona interesada en participar en nuestras jornadas y nos esforzamos por ofrecerles un soporte completo en cada etapa del proceso de compra de entradas.</p>
<p>(CE-8) Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa.</p>	<p>El festival cuenta con un departamento de comunicación que ha trabajado en colaboración para mejorar la comunicación con los clientes y patrocinadores.</p> <p>En nuestro proceso de comunicación a través de redes sociales, páginas web y otros soportes, es fundamental cuidar las líneas estratégicas que hemos establecido para transmitir de manera clara quiénes somos y qué representa el festival. Tomar decisiones que beneficien al festival y aseguren una comunicación efectiva es de suma importancia.</p> <p>Como se mencionó anteriormente, en algunas ocasiones he tenido que intervenir de manera precisa en el departamento de comunicación para realizar cambios que enfoquen nuestra comunicación de manera diferente. Esto implica ajustar nuestra estrategia para adaptarnos a las necesidades del público y transmitir nuestro mensaje de manera más efectiva.</p> <p>Al tomar decisiones en el ámbito de la comunicación, es esencial tener en cuenta los objetivos del festival y asegurarnos de que nuestras acciones estén alineadas con ellos. Esto implica evaluar continuamente nuestras estrategias y realizar ajustes cuando sea</p>

	<p>necesario para garantizar que estemos transmitiendo la imagen y los valores del festival de la mejor manera posible.</p>
<p>(CE-14) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.</p>	<p>La habilidad de comunicar de manera creativa es fundamental para el éxito de Publicatessen, ya que este festival cuenta con una larga trayectoria. La coordinación de todos los departamentos ha sido clave para el logro de este reto, que se puede apreciar en la gran acogida que han tenido todas las actividades organizadas. Esencial para ello ha sido la colaboración entre el departamento de comunicación y el de diseño, encargados de transmitir el mensaje al público objetivo de forma innovadora. Para lograr una buena coordinación entre ambos departamentos, se han utilizado herramientas como <i>Google Calendar</i>, donde la Presidencia estaba presente en todo momento, y <i>briefings</i> para ambos departamentos.</p> <p>El departamento de diseño ha desempeñado un papel fundamental en la creación de plantillas para las <i>stories</i> de Instagram. Estas plantillas han sido utilizadas por el departamento de comunicación para complementar sus textos y mensajes, creando así contenido atractivo y claro para nuestro público objetivo.</p> <p>Las plantillas diseñadas han permitido presentar la información de manera visualmente atractiva, utilizando elementos gráficos, tipografías y colores que reflejan la identidad visual del festival.</p> <p>La colaboración entre el departamento de diseño y el departamento de comunicación ha sido clave para asegurar que el contenido creado sea coherente y esté en línea con la estrategia de comunicación del festival. Trabajando en conjunto, hemos logrado generar un impacto positivo en nuestra</p>

	audiencia y mantener su interés en nuestras publicaciones en Instagram.
(CE- 16) Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa	La habilidad de la gestión se refleja en la coordinación con el departamento de diseño, en la cual la presidencia ha estado involucrada desde el inicio para definir las líneas estratégicas a seguir en cuanto al estilo, colores y formas de la XV edición. Se tomó una decisión particular en cuanto a la imagen que se presentaría en las redes sociales, sobre todo en el <i>feed</i> de <i>Instagram</i> , así como en la cartelería que se utilizaría para atraer a los clientes y patrocinadores. Dado el carácter excepcional de esta edición, se tomó la decisión de incorporar el color dorado como parte de los diseños, como un homenaje a la decimoquinta edición del festival, la cual reviste una importancia significativa y especial.
(CE-18) Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas	A lo largo del festival, hemos aprovechado el uso de tecnologías para mejorar la comunicación con nuestros clientes, siendo Instagram nuestra herramienta más efectiva para resolver dudas y comunicarnos directamente con los seguidores del festival. También hemos utilizado videos publicitarios en el <i>VideoWall</i> del ágora del Campus María Zambrano para promocionar el proyecto. Además, una de las nuevas técnicas de comunicación empleadas en esta edición fueron los MUPIS, diseñados para estar presentes en las calles de la ciudad de Segovia.
COMPETENCIAS TRANSVERSALES	
(CE-19) Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.	La presidencia ha mantenido una comunicación directa tanto con los participantes de la XV edición del festival como con las instituciones involucradas. Publicatessen proporciona una valiosa oportunidad para fortalecer las habilidades

	<p>adquiridas en el campo de la publicidad y las relaciones públicas. En particular, se enfoca en la capacidad de volver a alinear la estrategia de comunicación con el público o los clientes del producto. Como presidenta de un festival universitario, se requieren habilidades diferenciadas para interactuar con los estudiantes y con las instituciones. A través de esta experiencia, desarrolló la capacidad de atender de manera personalizada a las diferentes necesidades de cada grupo de público del festival. Además, la oportunidad de interactuar con los responsables del Ayuntamiento de Segovia ha sido una valiosa oportunidad de aprendizaje, tanto a nivel profesional como personal.</p> <p>La presidencia del festival ha trabajado en colaboración con los departamentos de patrocinio y jornadas para establecer una comunicación cercana con los patrocinadores y profesionales que participaron en la XV edición del festival. De esta forma, se ha logrado atender de manera efectiva sus necesidades y expectativas en el desarrollo del evento.</p>
(CE-20) Capacidad para trabajar en equipo.	<p>Como presidenta de la edición, he adquirido la competencia de gestionar la comunicación interna entre todas las personas involucradas en la decimoquinta edición del festival Publicatessen. Hemos trabajado con compañeros conocidos y desconocidos, aprendiendo a tratar con la diversidad de personalidades que conforman el equipo. La mezcla de personas con diferentes características ha sido un ingrediente esencial para el éxito del festival, lo que se refleja en todas las acciones llevadas a cabo. Para cuidar el factor humano del festival, hemos mantenido la motivación de cada persona desde el comienzo.</p>

	<p>Se ha buscado solucionar los problemas de manera efectiva basándose en una comunicación afectiva al convocar reuniones específicas entre los departamentos involucrados, asegurándose de que estas sean prioritarias y sin descuidar las reuniones generales con todo el equipo. En resumen, se ha trabajado para fomentar un sentimiento de pertenencia al festival entre todos los miembros, independientemente de su posición en el mismo.</p>
<p>(CE-21) Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad.</p>	<p>Siguiendo los apartados (CE- 14) y (CE-5), cada edición se ha caracterizado por su creatividad y por su capacidad de diferenciarse de las anteriores. Para ello, se ha trabajado en la mejora de los aspectos que requerían atención, escuchando las necesidades de los compañeros y utilizando la innovación que ha surgido en nuestro sector durante los últimos años. Durante los 6 meses previos al festival, se ha utilizado a nuestro favor cualquier cambio que ha ocurrido en nuestro sector, con el objetivo de mejorar aún más la calidad del evento. Un ejemplo de ello es la incorporación de nuevos temas en las categorías, como el metaverso y la plataforma <i>TikTok</i>.</p>
<p>(CE-22) Preparación para asumir el riesgo.</p>	<p>Participar en la presidencia de Publicatessen te brinda una oportunidad única para desarrollar habilidades y competencias que te serán útiles en tu carrera profesional. Ser la figura pública que representa al festival implica enfrentarse a situaciones diversas y complejas, lo cual es un entrenamiento valioso para cualquier profesional. La capacidad de tomar decisiones y asumir riesgos de manera responsable y en beneficio del festival es una habilidad que se ha desarrollado a lo largo de los seis meses de trabajo, en los que se han introducido novedades que. Sin embargo,</p>

	<p>estas experiencias han permitido aprender de los errores y tomar medidas para mejorar en el futuro.</p> <p>Entre las acciones que hemos llevado a cabo para la undécima edición del festival Publicatessen, podemos destacar la toma de decisiones valientes, como, por ejemplo, el cambio de la ubicación de la gala, pasando de una larga tradición a realizarla en el Salón de actos del Campus María Zambrano. Otra iniciativa que implementamos fue mostrar la elección de los presentadores de la gala, quienes además de desempeñar su rol en el evento, se convirtieron en embajadores del festival en las redes sociales. Si bien estas decisiones podrían haber generado cierto rechazo por parte de nuestros clientes, ellos siempre nos han brindado su apoyo y han respaldado cada una de las acciones que hemos llevado a cabo.</p>
(CE-24) Saber gestionar el tiempo.	<p>Como se ha mencionado previamente, planificar un festival de la envergadura de Publicatessen en solo seis meses no es una tarea sencilla. Además de las jornadas y la gala, se han llevado a cabo actividades durante todo el curso. En ocasiones, coordinar distintos departamentos para que cada actividad tuviera su propio espacio ha resultado un desafío. No obstante, hemos desarrollado la habilidad de asignar el tiempo adecuado a cada contenido y de organizar el trabajo del equipo humano para lograrlo. El uso de la herramienta de Google Calendar nos ha permitido organizar nuestras actividades a largo plazo, estableciendo tiempos de preparación y fechas de realización de las acciones planificadas. Dando de esta manera los tiempos necesarios a cada parte del proceso.</p>

<p>(CE-25) Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad.</p>	<p>La habilidad de equilibrar la toma de decisiones con libertad, sin descuidar la responsabilidad de nuestros roles, es una de las competencias que hemos adquirido de manera significativa al organizar Publicatessen, especialmente como presidenta del festival. He promovido la autonomía individual de los miembros de la junta directiva, sin embargo, siempre se ha mantenido una coherencia en la dirección del festival. Las opiniones y aportes de cada una de las coordinadoras han sido valoradas y consideradas. Por ejemplo, una de las necesidades identificadas fue la de estar presentes y mantener una presencia constante durante los seis meses previos al festival entre la comunidad de estudiantes, fue algo que se propuso por parte de la presidencia al departamento de patrocinio y tardécitas.</p>
<p>(CE-27) Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.</p>	<p>Especialmente en situaciones en las que surgían dificultades con algunas de las actividades, como líder debía detenerme, evaluar los aspectos positivos y negativos, y determinar si continuaremos con el plan. En varias situaciones, en colaboración con el departamento de patrocinio, hemos evaluado ciertas acciones que finalmente no se llevaron a cabo debido a que se dieron prioridad a otras novedades o por falta de compromiso.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tras justificar el tema de este trabajo de fin de grado, se puede concluir que la inclusión de la organización del festival Publicatessen en el plan académico de los estudios de grado de Publicidad y Relaciones Públicas se justifica por diversos motivos.

En primer lugar, es importante destacar que las instituciones europeas de enseñanza superior, en consonancia con la Declaración de Bolonia (1999), reconocen la importancia de la independencia y autonomía de las universidades para asegurar la continua adaptación del sistema educativo y de investigación a las necesidades de la sociedad y al avance del conocimiento científico.

Además, el festival Publicatessen ofrece a los estudiantes la oportunidad de aplicar y desarrollar las competencias adquiridas durante su formación en un entorno práctico y real. La organización y gestión del festival requiere habilidades en áreas como la planificación, la comunicación, el diseño, la promoción y la gestión de eventos, entre otras, que son fundamentales en el campo de la publicidad y las relaciones públicas.

La organización y metodología de trabajo permite a los alumnos formarse con autonomía siendo esta una de las competencias más demandadas por los expertos:

“Una de las competencias más ampliamente demandada en el contexto actual, es la relacionada con la habilidad de aprender de forma autónoma. Esta competencia garantiza que el sujeto sea capaz de responder a una sociedad rápidamente cambiante, a través de un aprendizaje continuado a lo largo de toda su vida. La necesidad de promover este enfoque queda reflejada en el memorándum sobre aprendizaje a lo largo de toda la vida, elaborado en el año 2000 por la Comisión Europea (Romero Ariza, 2010: 101).

Más aún, el aprendizaje experiencial ofrece una oportunidad única para conectar la teoría y la práctica. Cuando el alumnado se enfrenta al desafío de responder a un amplio abanico de situaciones reales, se consolida en él un conocimiento significativo, contextualizado, transferible y funcional y se fomenta su capacidad de aplicar lo aprendido (Romero Ariza, 2010).

Dewey (Chischom et al, 2009) reivindica el potencial de la experiencia para promover conocimiento, entendiendo que los individuos aprenden, cuando

encuentran significado en su interacción con el medio. El modelo sobre aprendizaje experiencial de este autor distingue distintas fases: experiencia concreta, reflexión, conceptualización abstracta y aplicación. Por lo tanto, de acuerdo a esa perspectiva, el aprendizaje se inicia a partir de una experiencia concreta, la cual es interpretada por el individuo a través de la reflexión y la conceptualización. La última fase contemplada en el modelo de Dewey es la de aplicación, que supone la capacidad de transferir el nuevo conocimiento a otras situaciones (Romero Ariza, 2010).

Sin embargo, el aprendizaje experiencial implica una intensa actividad cognitiva por parte del sujeto, que se esfuerza por encontrar sentido e interpretar el mundo, por lo que, según este autor, conlleva un aprendizaje de segundo o tercer orden. El aprendizaje de tercer orden es un aprendizaje reflexivo que va más allá; hasta el punto de, como consecuencia de la interpretación profunda de la experiencia vivida, cuestionar hipótesis ampliamente aceptadas y revisar o modificar ideas fuertemente arraigadas. Se trata, por tanto, de lo que las corrientes constructivistas asocian a los procesos de cambio conceptual, o modificación de las estructuras cognitivas del sujeto (Romero Ariza, 2010).

Raelin (2000) defiende el potencial de la interacción con la realidad para desarrollar nuevos conocimientos. Desde su punto de vista, la formulación de problemas en contextos complejos y multidisciplinares y la necesidad de buscar respuestas o soluciones a dichos problemas, involucran al sujeto en procesos cognitivos, que conllevan un aprendizaje mucho más profundo y rico que aquel, que tradicionalmente se ha llevado a cabo en las aulas (Romero Ariza, 2010).

Gracias a la aproximación a la realidad que permite el desarrollo de este proyecto (Festival Publicatessen) el alumno —sin dejar de lado los conocimientos teóricos— puede desarrollar sus competencias de manera más eficaz y trasladarla posteriormente al ejercicio de su profesión, no en vano el 90% de los participantes de ediciones pasadas de Publicatessen, reconoce haber utilizado en su profesión los conocimientos adquiridos durante el evento mejorando capacidades como el autoaprendizaje o la capacidad de trabajo independiente (Martin García et al, 2022).

Llevar a la práctica un método que ayude a los alumnos a que aprendan a aprender por sí mismos, supone también planificarlos de tal manera que se enseñe a transferir el conocimiento a diferentes contextos, sin olvidar la importancia que éste tiene como una parte sustancial del aprendizaje. El aprendizaje constructivista defiende que el sujeto debe actuar de forma activa y autónoma en el proceso de construcción de conocimientos, lo que supone que ha de ser responsable de sus acciones y ha de sentir las como propias, pero necesita además de una guía que les permita avanzar en su tarea (Martín García et al, 2022).

Asimismo, la participación en la organización del festival permite a los estudiantes involucrarse en actividades colaborativas, trabajar en equipo y adquirir experiencia en la toma de decisiones, la resolución de problemas y la gestión de proyectos. Estas habilidades son altamente valoradas en el ámbito profesional y contribuyen a la formación integral de los futuros graduados.

“Por ser una situación social, en el aprendizaje cooperativo se destacan las contribuciones y las distintas capacidades de los alumnos, en contraste con la competición en la que unos individuos son mejores que otros. En este sentido, las metas de los individuos separados van tan unidas que existe una correlación positiva entre las consecuciones o logros de los objetivos, de tal forma que un individuo alcanza su objetivo si y sólo si también los otros alcanzan sus propios objetivos. Por consiguiente, estas personas tenderán a cooperar entre sí para alcanzar sus respectivos objetivos.” (Selene; Villanueva, 2005: 87-104)

En resumen, la inclusión de la organización del festival Publicatessen en el plan académico del grado de Publicidad y Relaciones Públicas se fundamenta en la relevancia de la autonomía, la aplicación práctica de competencias y habilidades adquiridas, y el fomento de la colaboración y el desarrollo de habilidades profesionales.

5. Metodología empleada en el desarrollo

Así como se ha mencionado previamente, el festival Publicatessen es organizado por estudiantes del último año del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la universidad de Valladolid para los alumnos de dicho grado, con la orientación y apoyo de profesores de diferentes cursos de la carrera. Desde hace cinco años, los estudiantes del Doble Grado en Publicidad y RR. PP y Turismo también tienen la oportunidad de participar en la gestión del festival.

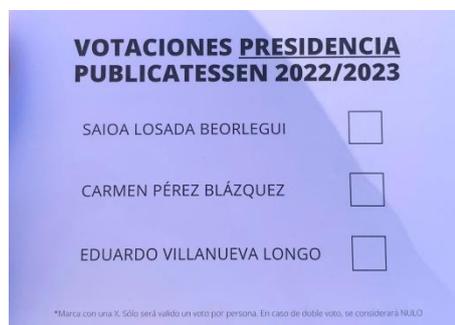
El inicio de la organización del festival tiene lugar en septiembre, cuando los estudiantes del último curso del grado se ofrecen voluntariamente para formar parte de la XV edición de Publicatessen. Posteriormente, se van constituyendo los distintos departamentos, donde cada alumno o alumna selecciona aquel en el que pueda aportar más y en el que desee desarrollarse profesionalmente. De esta forma, se conforman departamentos que oscilan entre 5 y 14 miembros.

La elección de la presidencia es el primer paso en la organización del festival, donde se designan a los líderes encargados de dirigir la edición. Este proceso se lleva a cabo a través de una votación anónima en la que participan los estudiantes matriculados en el cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo. La elección/votación tuvo lugar el 27 de septiembre de 2022 en el ágora del campus María Zambrano y se controló mediante el censo proporcionado por la universidad. Los candidatos fueron los encargados de supervisar el proceso electoral en las urnas para garantizar que cada persona votara de forma individual y una sola vez.

Con el fin de simplificar el proceso de votación, se entregó a cada votante una papeleta que contenía los nombres y apellidos de los tres candidatos (Imagen 2), informando que solo se permitía un voto por persona. Asimismo, se especificó que cualquier marca en dos nombres distintos en una misma papeleta sería considerada como un voto nulo. Una vez concluida la votación el día 27 de septiembre de 2022, se llevó a cabo el conteo de votos con la supervisión de Alberto Martín y algunos estudiantes del cuarto curso en una de las aulas del

campus María Zambrano en Segovia. Es importante mencionar que más de 80 personas mostraron interés en participar en el proceso electoral.

Imagen 2: Papeleta Votaciones Presidencia XV edición



Fuente: Archivo Publicatessen 2023

En la elaboración de la decimoquinta edición de Publicatessen participaron 64 personas distribuidas en 8 departamentos, cada uno liderado por una coordinadora y un/a subcoordinador/a encargados de organizar su trabajo. Asimismo, se estableció una junta directiva integrada por la presidencia y las coordinadoras de los diferentes departamentos.

- Organigrama de Junta Directiva:
 - Departamento Diseño
 - Departamento Patrocinio y Tardecitas
 - Departamento Jornadas
 - Departamento Gala
 - Departamento Protocolo
 - Departamento Comunicación
 - Departamento RSC
 - Departamento Audiovisuales
 - Presidencia

5.1. Organigrama XV edición de Publicatessen

El organigrama correspondiente a la decimoquinta edición del Festival Publicatessen puede ser visualizado en el *ANEXO 1* de este trabajo mediante una representación gráfica.

5.1.1 Departamento de Diseño

El departamento de Diseño se ha responsabilizado del diseño y la imagen corporativa del festival, otorgando color y forma a la identidad visual que se han utilizado en redes sociales, carteles, folletos, entre otros. Han empleado los colores corporativos de Publicatessen y han creado piezas creativas con un enfoque innovador en comparación con años anteriores. En particular, para esta decimoquinta edición, se ha destacado el uso del color dorado, combinado con los colores morado y blanco (colores corporativos).

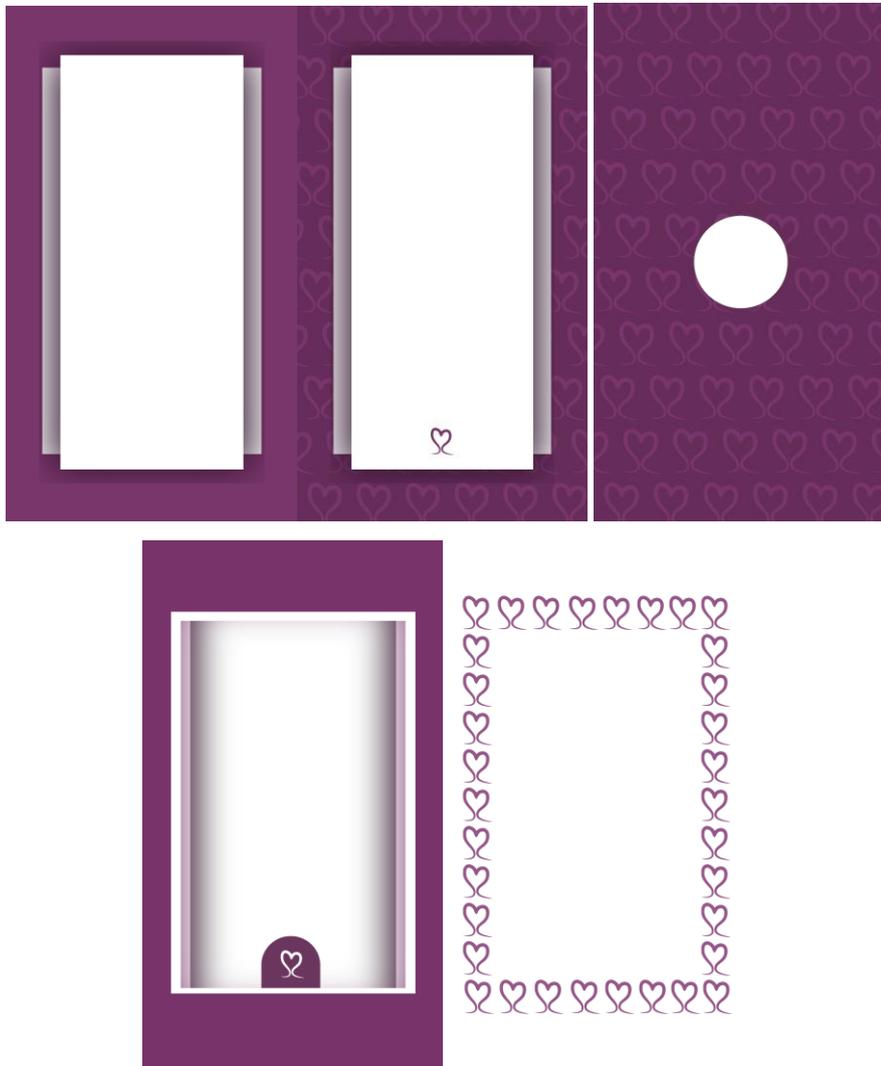
El *briefing* ha sido una herramienta fundamental para el departamento de diseño, ya que permite una comunicación directa con los demás departamentos para la ejecución de acciones y eventos. En el *briefing* se detallan los aspectos clave de la acción, como su propósito, los elementos que deben incluirse en el diseño, la fecha y el lugar del evento, así como los detalles específicos para la creación del cartel o publicación. Sobre todo, un continuo contacto con los departamentos de gala, jornadas, patrocinio y RSC.

El departamento se encarga de mantener la coherencia estética y creativa de todas las piezas, cuidando la imagen corporativa, lo que ha resultado crucial para el éxito del festival. Algunas de las acciones diseñadas:

- Diseño del *feed* de *instagram* y las plantillas para historias. (imagen 3)
- Diseño de Banners para las distintas RRSS (Imagen 4).
- Diseño de carteles para todos los eventos y acciones: adaptar las piezas creativas al formato de impresión y a las diferentes redes sociales, es necesario realizar diversas versiones de las mismas. Además de carteles e ilustraciones pre-evento y post evento (imagen 7 y 8).
- Diseño de entradas para gala, eventos y minijornadas. (imagen 6)
- Diseño de folletos y cartelería para jornadas.
- Diseño de *merchandising* de la XV edición (imagen 5).

- Diseño de folletos y cartelería para gala
- Realización de cortinillas para la bobina (coordinados con el departamento de gala y audiovisuales)

Imagen 3: Plantillas Instagram para el departamento de comunicación



Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 4: Banner RRSS Twitter



Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 5: Diseño de la pegatina merchandising



Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 6: Diseño ticket acción patrocinio



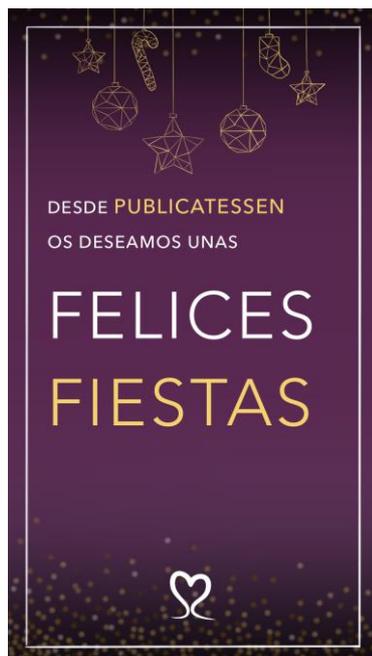
Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 7: Cartel Impreso para poner por el campus para la acción



Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 8: Diseño para felicitar las navidades



Fuente: Departamento de diseño XV edición

El departamento de Diseño está dirigido por una coordinadora y un subcoordinador, compuesto en su totalidad por seis personas.

Integrantes del departamento de Diseño:

- Coordinadora: Berta González
- Subcoordinador: Iñigo Garrido
 - Sara Álvarez
 - Sara De Frutos
 - Ricardo Rodríguez
 - Julia Gago

5.1.2 Departamento de Patrocinio y Tardecitas

El departamento de Patrocinio y Tardecitas ha llevado a cabo la importante labor de asegurar el apoyo de patrocinadores y colaboradores que han contribuido activamente a la realización del festival. Asimismo, han organizado eventos para promover la participación de la comunidad estudiantil interesada en el festival y atraer a posibles colaboradores, lo que ha contribuido a aumentar el prestigio del evento.

Para la presente edición, se ha recibido el respaldo de diversas instituciones tales como:

- Diputación Provincial de Segovia (Alimentos de Segovia)
- Ayuntamiento de Segovia
- Ayuntamiento de La Seca
- Departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Valladolid
- Parque científico de la Universidad de Valladolid
- Junta de Castilla y León (Tierra de Sabor)
- Facultad de CCSS, Jurídicas y de la Comunicación.
- Vicerrectorado de innovación docente y transformación digital

Además de contar con instituciones como patrocinadores, tuvimos el apoyo de diez empresas en esta edición, junto con dieciocho colaboradores que nos brindaron un apoyo durante todo el festival.

Patrocinadores:

- ESI (Escuela Superior de Diseño)
- Restaurante José María
- Eresma
- Aluminios Velázquez
- Fundación Caja Rural
- Saguaro Comunicación y Marketing
- Nokeon diseño, marketing y comunicación
- Restaurante Pasapan

Colaboradores:

- Nissan Anferpa cars
- Mundo Laboral
- Copi UVa
- C21 Bodega Restaurante
- Catering Píos
- La zapatería bar
- Dani's cafetería

- Maskbrasas Restaurante
- La viña bar
- El antiguo café
- Mesón El Pleno
- Grefusa
- Bloon Ink studio
- Pandora Food and Drink
- Platano Melón
- San Frutos Cerveza

Por otro lado, Tardecitas es responsable de organizar eventos de ocio en paralelo a la organización del festival Publicatessen. El objetivo de estos eventos es hacer presencia en el entorno universitario, aumentar la visibilidad del festival y obtener fondos para la realización del mismo.

Este departamento lleva a cabo actividades ya conocidas por todo el sector universitario, como la Paellada de Publicatessen o fiestas temáticas como Carnaval. En esta edición, como novedad, se llevaron a cabo actividades como: El mercadillo navideño, donde varios alumnos emprendedores mostraron sus proyectos, junto con la conocida Chocolatada (imagen 9 y 10) y la acción botellas de agua Media Maratón de Segovia (imagen 11 y 12), donde nos acercamos a la población Segovia una vez más (Anexo II)

Imagen 9: Cartel publicitario para Instagram para la acción



Fuente: Departamento de diseño XV edición

Imagen 10: Historia para Instagram de la acción



Fuente: Departamento de diseño XV edición.

Imagen 11: Botellas repartidas en la acción



Fuente: Departamento de audiovisuales XV edición

Imagen 12: Diseño de pegatina de las botellas de agua repartidas



Fuente: Departamento de Diseño XV edición

Todas estas actividades son altamente demandadas por nuestro público objetivo y les permite conocer más acerca del festival Publicatessen antes de la realización de jornadas y gala en el mes de abril. Superado en muchas de las acciones las doscientas personas de asistentes al evento.

Este departamento está liderado por una coordinadora y un subcoordinador, compuesto en su totalidad por diez personas.

Integrantes del departamento de Patrocinio y Tardecitas:

- Coordinadora: Lidia Raboso Torres
- Subcoordinador: Fernando Redondo de la Oliva
 - Manuel Alonso
 - Manuel Mora
 - Abel Gómez
 - Katherine Laurencio
 - Saúl Álvarez
 - Cristina Alonso
 - Clara Garisa
 - Iker Álvarez

5.1.3. Departamento de Jornadas

El departamento de Jornadas es responsable de planificar y coordinar las actividades que se desarrollan durante la semana de la publicidad.

Las integrantes de este departamento tienen como función organizar las jornadas, talleres y ponencias de la XV edición, estableciendo contacto con expertos en la materia y coordinando la organización de estas charlas en términos logísticos. Este departamento está compuesto por estudiantes de cuarto curso en Publicidad y RRPP y Turismo, y su propósito es brindar a los estudiantes una comprensión más profunda del mercado laboral al que se enfrentarán después de graduarse, con la intención de llegar a un público amplio de estudiantes de los diferentes niveles de la carrera. Toda esta información se difunde mediante las redes sociales del festival que están coordinadas con el departamento de comunicación, además de la exhibición de carteles en distintas zonas del campus María Zambrano de Segovia.

Las jornadas se llevaron a cabo en el Salón de Actos del Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid (imagen 13, 14, 15 y 16). Durante las ponencias los expertos comparten su experiencia profesional y proyectos relevantes, finalizando cada charla con una sesión de preguntas y respuestas para aclarar cualquier duda por parte de los asistentes. Por otro lado, los talleres son clases prácticas donde los profesionales guían a los estudiantes en la realización de actividades que les permiten aplicar la teoría aprendida en clase y desarrollar habilidades creativas y de ingenio.

Este año tuvimos como objetivo prestar una atención más cercana a las necesidades e intereses de los estudiantes, por lo que nos enfocamos en proporcionarles información relevante sobre su futuro profesional, conociendo así mejor el sector. Contamos con la presencia de 267 alumnos de los diversos cursos del grado de Publicidad y RRPP. Durante las jornadas, se presentaron diversas agencias de publicidad como La Despensa y P21, así como creativos y duplas creativas como TAG, Día Group, EQUIS EME, Miguel Bayod, 2milcosas y Ferve Estudio, quienes compartieron su experiencia y conocimientos con los asistentes.

Programa con el horario de jornadas y talleres

Día 17 de abril

Imagen 13: Programa digital jornadas

PONENCIAS		TALLERES	
9:00	APERTURA DEL SALÓN DE ACTOS	16:00	THE ATOMIC GARDEN - RAFA FORTIS, ALBERTO DE SANTOS, PITA SAGRA "Cómo rodar un Spot atómico en Segovia" Aula A-013 (Fase I)
9:30	INAUGURACIÓN DE LAS JORNADAS		
10:00	DIA GROUP - ANA ISABEL TERRES MARTÍNEZ "Las apariencias no engañan, cómo transmitir los valores de marca a través del diseño del Packaging"		DIA GROUP - ANA ISABEL TERRÉS HERNÁNDEZ "Creación de marca y aplicación al diseño del Packaging" Aula 336 (Fase II)
11:00	DESCANSO		FERVÉ STUDIO - CRISTINA PADILLA FERNANDEZ-VEGA "No son solo carteles" Aula A-018 (Fase I)
11:30	THE ATOMIC GARDEN - RAFA FORTIS, ALBERTO DE SANTOS, PITA SAGRA "Cada generación necesita una revolución"	18:00	THE ATOMIC GARDEN - RAFA FORTIS, ALBERTO DE SANTOS, PITA SAGRA "Cómo hacerte un portfolio en el calor de tu hogar" Aula A-013 (Fase I)
12:30	HEMISFERIO DERECHO - SOFÍA MORENO "Emprendimiento y redes sociales ¿Una relación tóxica?"		EQUIS EME - XAVIER MIRA MASCARELL "Dirección creativa en la industria musical" Aula 336 (Fase II)
			FERVÉ STUDIO - CRISTINA PADILLA FERNANDEZ-VEGA "No son solo carteles" Aula A-018 (Fase I)

Fuente: Departamento Diseño edición XV

Día 18 de abril

Imagen 14: Programa Digital jornadas

PONENCIAS		TALLERES	
9:30	APERTURA DEL SALÓN DE ACTOS	16:00	DIGITAL TECH EVENTS - FRANCISCO MOREIRA, SOFÍA CORELLANO, YANIRE RUBIO "¿Te imaginas viajar por todo el mundo haciendo eventos?" Aula A-129 (Fase I)
10:00	ÓKAMI - JAVIER BLANCO, DANIEL HERRANZ "Aprende de nuestros errores: lecciones al crear nuestra marca de moda"		MIGUEL BAYOD CUEVAS "Por qué ser chenoista te va ayudar en la vida" Aula G-122 (Fase I)
11:00	DESCANSO		SAGUARO - SARA LÓPEZ BENITO, ALEX GUTIÉRREZ PÉREZ "Emprender en el sector de la publicidad" Aula 336 (Fase II)
11:30	FESTIVAL BOOMBASTIC - ÓSCAR RIESGO "Del 0 al boom: la estrategia que convirtió a Bombastic en todo un éxito"	18:00	DIGITAL TECH EVENTS - FRANCISCO MOREIRA, SOFÍA CORELLANO, YANIRE RUBIO "¿Te imaginas viajar por todo el mundo haciendo eventos?" Aula A-129 (Fase I)
12:30	TODOS ES MARKETING - ITZIAR OLTZA "La ¿suerte? de poder probarlo todo en el mundo profesional"		MIGUEL BAYOD CUEVAS "Por qué ser chenoista te va ayudar en la vida" Aula G-122 (Fase I)
			SAGUARO - SARA LÓPEZ BENITO, ALEX GUTIÉRREZ PÉREZ "Emprender en el sector de la publicidad" Aula 336 (Fase II)

Fuente: Departamento Diseño edición XV

Día 19 de abril

Imagen 15: Programa digital jornadas

PONENCIAS		TALLERES	
9:30	APERTURA DEL SALÓN DE ACTOS	16:00	72 KILOS - ÓSCAR ALONSO "Ya estás yendo" Aula 336 (Fase II)
10:00	DOS MIL COSAS - PAULA RUIZ, ALVARO CHINCHILLA "De la marca al freelance" La importancia de una buena dupla, estrategia de rrs, creación de contenido y creatividad"		AGENCIA RAKKA - NEKANE GARCÍA BOUZO "La creatividad aplicada al Influencer Marketing" Aula A-219 (Fase I)
11:00	DESCANSO		PLATANO MELÓN - LUCIANA SIMONCELLI "Brand Challenge: ¿Cómo enamorar a un target que aún no te conoce?" Aula A-015 (Fase I)
11:30	PLATANO MELÓN - LUCIANA SIMONCELLI "¿Rompe los tabúes?"	18:00	72 KILOS - ÓSCAR ALONSO "Ya estás yendo" Aula 336 (Fase II)
12:30	LA DESPENSA- JAVIER CARRASCO, MIGUEL OLIVARES "20 años siendo una agencia más, pero disimulando de puta madre"		AGENCIA RAKKA - NEKANE GARCÍA BOUZO "La creatividad aplicada a la Influencer Marketing" Aula A-219 (Fase I)
			PLATANO MELÓN - LUCIANA SIMONCELLI "Brand Challenge: ¿Cómo enamorar a un target que no te conoce?" Aula A-015 (Fase I)

Fuente: Departamento Diseño edición XV

Día 20 de abril

Imagen 16: Programa Digital Jornadas

PONENCIAS	
9:00	APERTURA DEL SALÓN DE ACTOS
9:30	GRUFUSA - ANA NIETO BRAVO "De UVas a pipas: todo lo que me gustaría haber sabido hace 5 años"
10:30	DESCANSO
11:00	TEAM HERETICS - ALEJANDRO MARCOS MORAGA "From rat-kid to rat-director"
12:00	AGENCIA RAKKA - NEKANE GARCÍA BOUZO "Mamá, soy Influencer y las marcas me quieren"
13:00	CONCIERTO ONLY

Fuente: Departamento Diseño edición XV

En el marco de la organización de las jornadas, se asumieron responsabilidades clave, como la gestión del *merchandising* de la XV Edición en colaboración con el

departamento de diseño, la preparación del catering para los días de las jornadas en coordinación con el departamento de patrocinio, la organización de los viajes y las dietas para los ponentes, y la creación de la escenografía en el salón de actos y por supuesto la elección de los profesionales y las temáticas de los talleres.

Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por once personas.

Integrantes del departamento de Jornadas:

- Coordinadora: Míriam Alcañiz
- Subcoordinadora: Paula García
 - María Herrero
 - Claudia Ezquiaga
 - Eva Sánchez
 - Ane Miren Raso
 - Raquel Pérez
 - Lucía Coto
 - Cesar Tobajas
 - Marta Arché
 - Celia Gil

El 8 de marzo se llevó a cabo una actividad especial denominada "Minijornadas" en colaboración con el departamento de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). En esta ocasión, se organizó una charla impartida por dos destacadas psicólogas (imagen 17), Alicia González Berenguer y Ainhoa Victoria Ballesteros Simón, que abordaron el tema social de la XV edición: la salud mental y física. La charla tuvo una duración de dos horas y se desarrolló con éxito en el salón de actos del campus María Zambrano, alcanzando un aforo completo con la asistencia de más de 300 personas. Este evento proporcionó a los estudiantes universitarios una oportunidad única para explorar un tema de gran relevancia, y estuvo abierto a la participación de cualquier alumno de la Universidad de Valladolid.

Imagen 17: Cartel y Post Instagram



Fuente: Departamento Diseño edición XV

5.1.4 Departamento de Gala

El departamento de Gala asume la responsabilidad de planificar y llevar a cabo la destacada gala de clausura de Publicatessen, marcando el cierre de la semana de Jornadas y la propia edición del festival. Esta labor implica diversas tareas, entre las que se incluyen la redacción del guion para la gala, comunicación con el jurado de las piezas, la elaboración de la escaleta técnica y la recopilación de las piezas presentadas para el certamen. En particular, este año se recopilaron 250 piezas creativas.

Como novedad en esta edición, la gala se llevó a cabo en el salón de actos del campus María Zambrano, un espacio proporcionado por la universidad para nuestras actividades y eventos. En consecuencia, el departamento de Gala desempeñó un papel crucial en la decoración del lugar, brindando una experiencia completamente diferente a las acciones anteriores realizadas por los estudiantes en ese espacio. Se utilizaron alfombras rojas, carteles de ediciones anteriores exhibidos como en un museo, y se contó con la presencia de un DJ tanto dentro del salón de actos como durante el ágape final.

Se presentaron más de 250 piezas para concursar en las diferentes categorías, en un total de 13 categorías:

1. Acuetrucho Tema Edición: Entregado por la Excelentísima. Sra. alcaldesa de Segovia. Clara Martin.

2. Acuetrucho Logotipo Edición: Entregado por el Rector Magnífico de la Universidad de Valladolid D. Antonio Largo Cabrerizo.
3. Acuetrucho Dupla Creativa: Entregado por D^a Belinda de Frutos. Directora del departamento de comunicación audiovisual y publicidad de la Universidad de Valladolid en el campus María Zambrano.
4. Acuetrucho Fotografía Publicitaria: Entregado por D^a Roció Ruiz; Directora general del grupo gastronómico José María.
5. Acuetrucho Deportes: Entregado por D. Julio Sánchez. Coordinador y técnico del servicio de deportes del campus María Zambrano. Denominado ¿Con o sin deporte?
6. Acuetrucho Cuña Libre: Entregado por D. José María Bravo. Vicepresidente primero de la Diputación de Segovia.
7. Acuetrucho Diputación de Segovia: Alimentos de Segovia. Entregado por D^a Noemí Otero. Delegada del área del empleo, promoción provincial y sostenibilidad. Denominado Podcast para segoviar.
8. Acuetrucho Por un Emoji Del Jamón: Entregado por D^a Ira de Santos. *Sales and Marketplace manager* del grupo alimentario Copese.
9. Acuetrucho Vicerrectorado de Internacionalización de la Universidad de Valladolid: Entregado por D^a Susana Álvarez. Vicerrectora de innovación docente y transformación digital de la UVa. Denominado VirtuUVa en *Tiktok*.
10. Acuetrucho Metaverso: Entregado por D^a Beatriz Hernández. Responsable del Desarrollo de negocio Marketing y ventas de la Escuela Superior de Diseño de Valladolid.
11. Acuetrucho Exalumnos: Entregados por D. Paco López. Director de Redes del Ayuntamiento de Segovia.
12. Acuetrucho Mejor departamento: Presentados por D^a Marian Núñez y D. Alberto Martín. Coordinadores del Festival.
13. Acuetrucho Honorífico: Entregado por D^a. Saioa Losada. Coordinadora del departamento de Gala
14. Acuetrucho Imitación: entregado por D. Ángel Luis Llorente. Presidente de la Fundación Caja Rural.

15. Acuetrucho Libre: Entregado por D. Carlos Velázquez. Gerente de Aluminios Velázquez

16. Acuetrucho Tierra de Sabor: Entregado por D^a. Isabel Fuentes. Secretaría territorial de la Junta de Castilla y León. Denominado Evento con sabor.

17. Acuetrucho Internacional: Entregado por Agustín García Matilla y Marta Laguna. Vicerrector Del Campus María Zambrano y Decana de la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación.

El Departamento de Gala desempeñó un papel fundamental en la planificación y ejecución de la gala, trabajando en todos los aspectos técnicos, decorativos y en la creación del guion que desarrolla la temática de la velada. Desde el mes de noviembre, se dedicaron a preparar cada detalle para asegurar el éxito del evento. Además, meses antes de la gala, se llevó a cabo un casting en el cual se seleccionaron a los presentadores de la gala, quienes desempeñaron un papel destacado en la conducción del evento. Este proceso de selección garantiza la elección de presentadores adecuados que aportaron profesionalismo y carisma a la gala. Siendo elegidos 3 de las personas que se presentaron al casting (imagen 18):

- Celia Monteagut
- Manuel Alonso
- Andrés Blanco

Es importante resaltar una de las novedades más destacadas de la gala, que consistió en la presentación por primera vez ante todos los asistentes de "Santa Publicita" con su correspondiente voz e imagen. Silvia Carmen Calvo, alumna de cuarto curso y participante de la XV edición de Publicatessen, fue la encargada de darle voz a este nuevo personaje, acompañada por el patrón de los publicitarios, "Santo Publicito". La voz de "Santo Publicito" fue interpretada por Fernando Aranguren, antiguo profesor de la Universidad de Valladolid.

Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por once personas.

Integrantes del departamento de Gala:

- Coordinadora: Saioa Losada

- Subcoordinadora: Sofía Fernández
 - Paula Ribeiro
 - Sol Parra
 - Sara Vila
 - Sara Beloso
 - María Mena
 - María Carnero
 - Andrea de la Cuesta
 - Vanessa Carolina Peña
 - Azahara Gil
 - María Zalama
 - Nekane Esteban
 - Natalia Merino

Imagen 18: Post para anunciar a los presentadores de la gala XV edición



Fuente: Departamento de diseño XV edición

5.1.5. Departamento de Protocolo

El departamento de Protocolo se encarga de gestionar las relaciones entre la Asociación Publicatessen y las diversas autoridades e instituciones, así como responsables del tejido empresarial que apoyan el evento. Entre sus responsabilidades se encuentra la coordinación con el departamento de gala y de jornadas para la organización de los eventos en acciones como: el envío de invitaciones a los distintos cargos, la selección de personal auxiliar para la gala y las jornadas, el apoyo en la venta de entradas para la gala en colaboración con el departamento de gala, y el envío de invitaciones a las autoridades y profesores.

Dado que el departamento de Protocolo brinda un apoyo principal al departamento de gala, también se dedican a asistir a los demás departamentos en sus actividades. Esto puede incluir la convocatoria de medios de comunicación para las ruedas de prensa, así como la colaboración en eventos relacionados con Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Tardecitas.

Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por cinco personas.

Integrantes del departamento de Protocolo:

- Coordinadora: Celia Sánchez
- Subcoordinadora: Sofía Valentina Villarroel
 - Jaime Sastre
 - Leyre Mateo
 - Aitana Díaz

5.1.6 Departamento de Comunicación:

El departamento de Comunicación se responsabiliza de mantener las relaciones externas de la Asociación Publicatessen con su público objetivo, conformado por estudiantes de Publicidad y RR.PP., así como con el resto de la comunidad universitaria y la ciudad de Segovia, incluyendo también la relación con los medios de comunicación e instituciones.

Además, existe una coordinación estrecha con los demás departamentos para futuras acciones o actividades, en las cuales deben participar las responsables de comunicación de la edición, así como en las jornadas, la gala y las ruedas de prensa en colaboración con el Ayuntamiento de Segovia. Todo esto se organiza y comunica a través de un calendario compartido en *Google Calendar*, al cual cada coordinadora tiene acceso para agregar acciones y visualizar las actividades de los demás departamentos. El *briefing* ha sido una herramienta clave para facilitar la comunicación y coordinación entre diferentes departamentos, garantizando que todos entendieran las necesidades del proyecto y los objetivos a alcanzar. Además, se ha utilizado especialmente para el departamento de patrocinio, para asegurar que los patrocinadores tenían toda la información necesaria y que se satisficieran sus necesidades para las diferentes actividades desarrolladas, incluyendo la jornada y la gala.

Entre las responsabilidades del departamento, se encuentra la gestión de las redes sociales del festival, que incluyen *Instagram (post e stories)*, *Facebook*, *Linkedin* y *Twitter*. Además, se encargan de mantener las relaciones con los diferentes medios de comunicación, redactar comunicados de prensa y administrar el sitio web del festival. Estas funciones son fundamentales, ya que una buena estrategia de comunicación permite generar publicidad para el festival a lo largo de todo el año, no solo durante las jornadas y la gala.

La división de trabajo en el departamento de comunicación se ha realizado de la siguiente forma:

- Redes Sociales (*Instagram, Tik Tok, Twitter, YouTube y LinkedIn*) (imagen 19)
- Medios de comunicación
- Página web

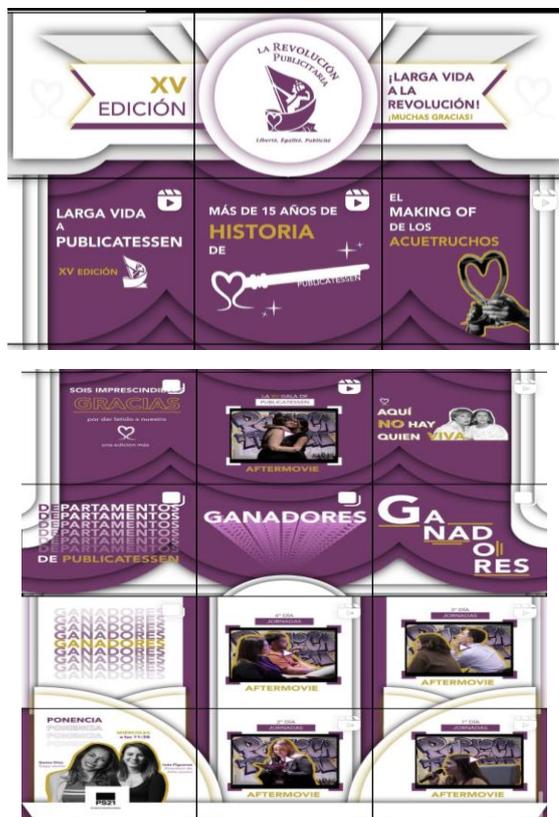
Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por cinco personas.

Integrantes del departamento de Comunicación:

- Coordinadora: Blanca Sáenz
- Subcoordinadora: Larissa Diniz
 - María García

- Marian Blanco
- Andrea Valiente

Imagen 19: Feed Instagram para la cuenta de Publicatessen



Fuente: Departamento Diseño edición XV

5.1.7 Departamento de Responsabilidad Social Corporativa

El departamento de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se encarga de organizar y llevar a cabo eventos solidarios a lo largo del año, con el objetivo de fortalecer la imagen del Festival y estrechar la relación con la ciudad de Segovia. Aunque no está directamente relacionado con las jornadas y la gala, que son los puntos destacados del festival, el departamento de RSC asume una gran responsabilidad, ya que, en una ciudad pequeña como esta, es importante devolver el apoyo que recibimos. La filosofía solidaria del festival, durante este año se ha volcado en la salud tanto mental pues consideramos que existe una creciente demanda por parte de los estudiantes con relación a este tema. Junto a esta temática otro de nuestro objetivo fue acercar a las organizaciones no

gubernamentales (ONG) a los alumnos tratando de facilitar el voluntariado. De esta manera, hemos abordado los temas más relevantes e interesantes para la comunidad estudiantil.

Entre las actividades más relevantes llevadas a cabo por este departamento se encuentran aquellas dirigidas al sector de la tercera edad. Por ejemplo, en el mes de diciembre se impulsó una iniciativa protagonizada por los alumnos del colegio Diego de Colmenares, que participaron en la creación de postales navideñas. Además, de invitar a la participación a todos los estudiantes del campus a escribir cartas de felicitación navideñas destinadas a los residentes de la organización Hermanitas de los Pobres. Estas cartas fueron entregadas personalmente, brindando la oportunidad de compartir una tarde junto a ellos. En total, se recibieron más de 80 cartas que fueron entregadas con gran satisfacción.

Una de las iniciativas que ha generado mayor visibilidad más allá del ámbito universitario fue la organización de la Feria del Voluntariado (imagen 20), en la cual participaron un total de 17 ONG. El principal objetivo de esta feria fue fomentar el espíritu de voluntariado entre los estudiantes universitarios. La inauguración estuvo a cargo del vicerrector del Campus de la UVa en Segovia, Agustín García Matilla, junto con la delegada del Rector para la Responsabilidad Social Universitaria, Rosalba I. Fonteriz García, y la presidenta de la Plataforma de Voluntariado Social del Festival Publicatessen, Nélida Cano Matesanz. Durante todo el día, se registró una destacada asistencia de estudiantes a la feria.

Durante la XV edición de Publicatessen, el equipo de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha llevado a cabo un total de 12 iniciativas, contamos con la valiosa participación de ONG, entidades y asociaciones durante la edición XV nombradas a continuación:

- Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)
- Colegio Diego de Colmenares
- Residencia Mayores Hermanitas de los Pobres
- @olayaencalma Profesional en salud mental
- Cruz Roja
- Fundación Personas
- ACCEM Segovia
- ESN SEGOVIA

- Cáritas Segovia
- Futudis
- Fibro Segovia
- Asociación Autismo Segovia
- Asociación Amanecer – Salud Mental
- ANAR
- Banco de Alimentos
- Plataforma del Voluntario
- Asociación de Alzheimer de Segovia
- Fundación Secretariado Gitano
- La Liga de la Leche
- Europe Direct
- ONG de Turquía

Como mencionamos anteriormente, en colaboración con el departamento de jornadas, se llevó a cabo una actividad centrada en el tema principal de la edición, la salud mental, bajo el lema "*Quiere y Quiérete mejor*". El día 8 de marzo de 2023, se organizó una charla con dos destacadas psicólogas, Alicia González Berenguer y Ainhoa Victoria Ballesteros Simón, dirigida a toda la comunidad estudiantil de la Universidad de Valladolid. La charla fue un gran éxito, con el salón de actos lleno a capacidad, y recibió un *feedback* muy positivo por parte de los más de 300 alumnos que asistieron.

Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por cinco personas.

Integrantes del departamento de RSC:

- Coordinadora: Ana Carreño
- Subcoordinadora: Carlota Gómez
 - Carlos Ruiz
 - Luis Sanz
 - Cristina Gobantes

Imagen 20: Cartel y Post Instagram para la acción de RSC



Fuente: Departamento Diseño edición XV

5.1.8 Departamento de Audiovisuales

El departamento de Audiovisuales se encarga de crear contenido audiovisual y visual de todas las acciones o actividades que se han ido desarrollando a lo largo de la edición.

De esta manera todo la pre-producción, producción y post- producción de los videos y la edición de fotos las realizaban las integrantes del departamento. El *briefing* ha demostrado ser una herramienta muy útil para la comunicación interdepartamental y la ejecución de acciones y eventos propuestos por cada departamento. Esta herramienta permite identificar las necesidades específicas de cada departamento involucrado en dichas actividades, como comunicación, diseño y audiovisuales, cuyas habilidades son fundamentales para el éxito de la propuesta en todas las etapas: pre-producción, producción y post-producción del evento o acción. Han sido las encargadas de documentar todo el proceso de la edición, creando en coordinación con el departamento de gala para la realización de la bobina, cubriendo además los trabajos técnicos del resto de los eventos.

Con el apoyo de los técnicos audiovisuales del campus María Zambrano fueron las encargadas de manera técnica del desarrollo de la gala de la XV edición del festival. Esto implica la creación y edición de videos, así como la edición de fotografías de cada actividad o evento realizada durante la XV edición. Las integrantes del departamento son responsables de documentar todo el proceso de la edición, siendo clave en la creación de la bobina para la gala, la bobina se refiere a todo el material audiovisual transmitido durante la gala, incluyendo videos, grabaciones

de audio e imágenes, que son visualizados el día del evento, en colaboración con el departamento de gala. Además, han brindado soporte técnico en las minijornadas, jornadas y gala.

El departamento de Audiovisuales se encarga de realizar la post-edición de los videos de cada evento. Esto implica la edición y montaje de las grabaciones realizadas durante los eventos para crear contenido visual de alta calidad. Los integrantes del departamento utilizan software especializado para editar los vídeos, añadir efectos, mejorar la calidad de imagen y sonido, y crear un producto final atractivo y profesional. La post-edición de los videos permite resaltar los momentos más importantes de cada evento y crear un material audiovisual que pueda ser compartido en redes sociales, página web y otras plataformas de difusión.

En coordinación con el departamento de audiovisuales del campus María Zambrano, se encargaron del aspecto técnico del desarrollo de la gala de la XV edición del festival. En colaboración con los técnicos, se produjeron unos videos que se proyectaron en el *videowall* del ágora del campus María Zambrano. Estos videos mostraban las diferentes acciones que se llevaban a cabo durante el festival, brindando una visualización de las actividades en tiempo real.

Este departamento está liderado por una coordinadora y una subcoordinadora, compuesto en su totalidad por cinco personas.

Integrantes del departamento de RSC:

- Coordinadora: Patricia Grueso
- Subcoordinadora: Silvia Carmen Calvo
 - Raquel Doceda
 - María Del Rosario San Juan
 - Elvira Pérez

5.2. Presidencia

La elección de la Presidencia se llevó a cabo mediante un proceso democrático y transparente. El 27 de septiembre de 2022, se realizó una votación en la que participaron los alumnos de 4º curso de Publicidad y Relaciones Públicas, así como

los estudiantes del doble grado (PEC). El objetivo de esta votación era elegir a los miembros de la Presidencia que representarán a la XV Edición del Festival Publicatessen. Después de la votación, se conformó la Presidencia con los candidatos seleccionados por los alumnos de cuarto curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas:

1. Presidenta: Carmen Pérez Blázquez
2. Vicepresidente: Eduardo Villanueva Longo

La Presidencia al igual que los componentes de cada edición cambian cada año con el inicio del curso.

5.2.1 Funciones de la Presidencia

Al iniciar la edición, los profesores responsables del festival nos brindaron una explicación detallada de las funciones y habilidades que adquirimos a lo largo del proyecto, en línea con nuestro desarrollo como futuros profesionales, algunos de los cuales ya los desarrollaremos en el proyecto. Este proyecto se alinea con las competencias establecidas en el plan de estudios Verifica del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid.

Las responsabilidades de la presidencia se vinculan estrechamente con las habilidades y conocimientos adquiridos durante la organización:

- **Coordinación de los ocho departamentos:** La Presidencia actúa como intermediaria entre los departamentos, atendiendo las solicitudes de las coordinadoras, quienes a su vez transmiten las solicitudes de los miembros de sus respectivos departamentos. Dado que hemos trabajado con un equipo de 60 personas a lo largo de la organización del festival, ha habido ocasiones en las que la comunicación no ha llegado de manera equitativa a todos. Para abordar este tipo de problemas, una de las responsabilidades de la presidencia ha sido establecer una comunicación interna efectiva. En

nuestro caso, todas las solicitudes han pasado por la presidencia antes de obtener la aprobación de los demás departamentos, con el objetivo de evitar malentendidos, conflictos y, en última instancia, retrasos en el trabajo.

- **Toma de decisiones:** La presidencia del festival desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones, evaluando y decidiendo si se aprueban o se rechazan las propuestas presentadas. Esta responsabilidad está estrechamente relacionada con la competencia CE-2, que implica la capacidad de asumir el liderazgo. Como líderes de un grupo numeroso, hemos tenido que tomar decisiones en nombre de todos, conscientes de que podrían no satisfacer a todos, pero siempre priorizando el bienestar y los objetivos del festival.
- **Representantes del festival:** La presidencia se responsabiliza de establecer reuniones con los principales patrocinadores, así como con las autoridades e instituciones relevantes. Principalmente, esta oportunidad nos ha permitido llevar a cabo ruedas de prensa con diversos medios de comunicación, participar en entrevistas de radio y establecer representaciones con instituciones relevantes. Somos los representantes iniciales del festival fuera del ámbito universitario, lo cual nos ha permitido desarrollar la habilidad de establecer relaciones con las personas clave que forman parte del entorno del festival (competencia CE-19).
- **Gestión de Burocracia:** La mayoría de los documentos del festival cuentan con su oficialidad al llevar la firma de algún miembro de la presidencia, siendo en su mayoría la firma de la presidenta.
- **Resolución de Problemas:** Durante la organización del festival, surgen diversos problemas tanto internos como externos, y es responsabilidad de la presidencia actuar como intermediarios para encontrar soluciones y resolver dichos problemas. En este sentido, las habilidades de comunicación y trabajo en equipo (competencia CE-20) son de vital importancia para liderar el festival de manera efectiva.

6. Cronograma y Resultados

El festival va evolucionando a lo largo de los seis primeros meses del curso académico, en el podemos ver diferentes fases:

1ª fase: Formación de la estructura de la organización:

Al inicio del curso, se realiza una reunión informativa dirigida a los alumnos de 4º curso de Publicidad y Relaciones Públicas y PEC para proporcionarles información y antecedentes sobre la organización del festival, así como para dar a conocer las oportunidades de postularse como miembros de la presidencia. En las semanas siguientes, se lleva a cabo una votación democrática para elegir a los miembros de la presidencia de la XVª Edición del festival.

Una vez formada la Presidencia, se lleva a cabo un proceso de transferencia de información y documentos entre la presidencia anterior y la nueva. Además, se organiza una primera reunión de bienvenida donde se informa sobre la dinámica de trabajo y se distribuyen los miembros de los departamentos y sus respectivos coordinadores de manera democrática.

2ª fase: Creación de la identidad de la XV Edición:

Una vez constituido el equipo organizativo del festival, se procede a seleccionar una temática central que será el eje de la edición actual, en este caso, la Revolución Publicitaria. A continuación, se elige el logotipo de la edición, que definirá la imagen corporativa del evento. Una vez determinados ambos elementos, se desarrolla la estrategia de comunicación en redes sociales, desempeñando un papel fundamental en la intención comunicativa, y se establece un diseño visual que servirá como identidad corporativa de la edición.

3ª fase: Primeros actos:

Con el objetivo de conectar con los estudiantes de la facultad y establecer el primer contacto con la edición, se llevan a cabo los primeros eventos en los que pueden interactuar. Para lograr una amplia participación, es fundamental una comunicación efectiva de dichos eventos. Tanto la difusión en redes sociales como las sesiones informativas presenciales, pasando por las clases de los diferentes cursos de publicidad y Relaciones públicas, desempeñarán un papel crucial en este sentido. Un ejemplo concreto de estos primeros actos destacables es la celebración del vermouth y la realización de *Xmas Market*, donde contamos con los estudiantes emprendedores del campus Mara Zambrano.

4ª fase: Preparación semana de Publicatessen (enero y febrero):

Durante los meses de enero y febrero, se elabora un calendario que establece fechas y plazos para las diversas tareas a realizar, desde la organización de eventos específicos hasta la gestión logística y táctica de la semana del 17 al 20 de abril. Las reuniones semanales de la Junta Directiva desempeñan un papel crucial en la coordinación y gestión efectiva del tiempo.

5ª fase: Pre-Publicatessen (mes de marzo y abril):

En los meses de marzo y abril, el período previo a la "Semana de la Publicidad" es crucial tanto para su difusión como para su gestión y organización. Además de los eventos promocionales previos, como las mini jornadas, se lleva a cabo un proceso laborioso de venta de entradas para las jornadas y la gala. Los diversos departamentos deben colaborar para asegurar el éxito de la semana final, sobre todo el departamento de comunicación con ambos departamentos, jornadas y gala.

6ª fase: Desarrollo de la semana (del 17 al 20 de abril):

El punto culminante del trabajo realizado se da durante la semana del 17 al 20 de abril, con la celebración de las jornadas y la gala. Durante este periodo, la Junta

Directiva, la Presidencia y los ocho departamentos, interactúan directamente entre sí, llevando a cabo la semana más importante del festival.

Una vez analizado el progreso del proyecto, es importante resaltar los siguientes resultados obtenidos:

- **Mupis por la ciudad de Segovia:** Este logro tiene un impacto notable en los patrocinadores, ya que por primera vez su participación no solo se limita a la universidad, sino que se extiende a las calles de Segovia. Esto supone un reconocimiento para ellos, ya que su apoyo y contribución se ven reflejados y valorados en el ámbito público. (tabla 1)

Tabla 1: Excel compartido con Departamento de Cultura Ayuntamiento Segovia

SEGOVIA					
Ubicación	Nº DE MUPI	MARCA EL QUE NECESITAS	Ubicación	Nº DE MUPI	MARCA EL QUE NECESITAS
ESTACION DE AUTOBUSES- Pl. Estación Autobuses	1A		Avda. Juan Carlos I (junto a Cuartel de la Guardia Civil)	16A	
ESTACION DE AUTOBUSES- Pl. Estación Autobuses	1B	●	Avda. Juan Carlos I (junto a Cuartel de la Guardia Civil)	16B	●
Pl. Ezequiel González esquina C/ Velódromo.	2A	●	Avda. Via Roma esquina C/ Tío Pintado	17A	
Pl. Ezequiel González esquina C/ Velódromo.	2B		Avda. Via Roma esquina C/ Tío Pintado	17B	●
C/ 3 de Abril junto a Comisaría de Policía Nacional	3A		C/ Dámaso Alonso junto polideportivo Pedro Delgado	19A	
C/ 3 de Abril junto a Comisaría de Policía Nacional	3B		C/ Dámaso Alonso junto polideportivo Pedro Delgado	19B	●
Pl. Ezequiel González esquina Avda. Acueducto	4A	●	C/ Baltasar Gracián esquina Pl. Jorge Manrique	20A	
Pl. Ezequiel González esquina Avda. Acueducto	4B		C/ Baltasar Gracián esquina Pl. Jorge Manrique	20B	
Pl. Ezequiel González esquina C/ Robles	5A		Avda. Vicente Aleixandre esquina C/ Lope de Vega	21A	●
Pl. Ezequiel González esquina C/ Robles	5B	●	Avda. Vicente Aleixandre esquina C/ Lope de Vega	21B	
Avda. José Zorrilla esquina C/ Antonio Machado	7A	●	C/ Pascual Marín junto a Iglesia del Carmen	22A	●
Avda. José Zorrilla esquina C/ Antonio Machado	7B		C/ Pascual Marín junto a Iglesia del Carmen	22B	
Avda. José Zorrilla esquina C/ Velázquez	8A		Avda. Juan Carlos I esquina con Avda. la Constitución	23A	●
Avda. José Zorrilla esquina C/ Velázquez	8B	●	Avda. Juan Carlos I esquina con Avda. la Constitución	23B	
Pl. de la Universidad esquina Avda. la Constitución	9A		Avda. Padre Claret esquina C/ Batanes	25A	●
Pl. de la Universidad esquina Avda. la Constitución	9B	●	Avda. Padre Claret esquina C/ Batanes	25B	
Pl. de la Universidad esquina C/ Blanca de Silos	10A		Rotonda del Hospital Provincial	27A	●
Pl. de la Universidad esquina C/ Blanca de Silos	10B	●	Rotonda del Hospital Provincial	27B	
Pl. Somorrostro esquina C/ de la Muerte y la Vida	11A	●	Ctra. San Rafael cerca de estación CEPSA	29A	●
Pl. Somorrostro esquina C/ de la Muerte y la Vida	11B		Ctra. San Rafael cerca de estación CEPSA	29B	
C/ Gobernador Fernández Jiménez esquina C/ de los Coches	12A	●	Avda. Juan Carlos I junto al Servicio Territorial de Sanidad	31A	●
C/ Gobernador Fernández Jiménez esquina C/ de los Coches	12B		Avda. Juan Carlos I junto al Servicio Territorial de Sanidad	31B	
Glorieta Domiciano Monjas esquina C/ José Zorrilla frontal	13A		Ctra. Trescasas enfrente de la C/ Sepúlveda	32A	●
Glorieta Domiciano Monjas esquina C/ José Zorrilla frontal	13B	●	Ctra. Trescasas enfrente de la C/ Sepúlveda	32B	
Avda. Obispo Quesada esquina C/ Amapola	14A	●	Parque de la dehesa- Rotonda de Las fuentes esquina con Avda de la Constitución	34A	
Avda. Obispo Quesada esquina C/ Amapola	14B		Parque de la dehesa- Rotonda de Las fuentes esquina con Avda de la Constitución	34B	●
Avda. Obispo Quesada esquina C/ Doctor Tapia	15A		C/ Jorge Manrique esquina Pl. Jorge Manrique	35A	●
Avda. Obispo Quesada esquina C/ Doctor Tapia	15B		C/ Jorge Manrique esquina Pl. Jorge Manrique	35B	

Fuente: Archivo Edición XV

- **Aforo de Mini jornadas completo:** Con esto, se reconoció el impacto positivo del arduo trabajo que estábamos realizando, ya que logramos llenar el salón de actos en nuestra primera charla como edición, un mes antes de la "semana de la publicidad". Este éxito nos permitió apreciar la importancia de escuchar a nuestros consumidores y el valor de satisfacer sus necesidades. La charla recibió el nombre de "Quiérete y quiérete mejor" y contó con la participación de las profesionales en psicología,

Ainhoa Victoria Ballesteros Simón y Alicia González Berenguer. El evento tuvo lugar en el salón de actos de la fase II del campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid y contó con la asistencia de más de 300 personas, llenando por completo la capacidad del lugar donde se llevó a cabo.

- **Aforo de Jornadas completo:** Una vez más, logramos obtener una de las mayores satisfacciones que nos brinda Publicatessen: la participación activa de las personas en las jornadas, alcanzando el máximo de capacidad en todas las sesiones. Las entradas para las jornadas se agotaron en menos de 10 horas, 267 alumnos asistieron a las Jornadas de la Universidad de Valladolid. Además, en esta edición, se contó con la presencia de estudiantes de otras universidades, la Universidad Miguel de Cervantes de Valladolid, específicamente del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Este logro nos llena de satisfacción, ya que demuestra que la ilusión y dedicación que transmitimos a nuestros consumidores es valorada y recibida con entusiasmo por parte de todos.
- **Aforo de la Gala completo:** Gracias a la alta implicación del alumnado y el apoyo del entorno segoviano, tuvimos aforo completo que incluyó la presencia de autoridades y representantes de las empresas patrocinadoras del festival, quienes tuvieron la responsabilidad de entregar los “Acuetruchos” a los ganadores en las diferentes categorías. Este hecho demuestra el enorme interés que el festival despierta en el público, así como el respaldo y reconocimiento que hemos recibido de la comunidad. La ceremonia tuvo una duración de tres horas, durante las cuales se llevó a cabo la entrega de los premios "Acuetruchos" a los ganadores en diversas categorías. El evento también incluyó actuaciones destacadas, como un impresionante acto de magia, una brillante presentación de baile a cargo del grupo de baile del campus María Zambrano, la participación de un DJ en una sesión en vivo, y presentadores que guiaron y animaron la gala en todo momento.
- **Rediseño de la imagen de identidad corporativa del festival:** El departamento de Diseño se encargó de la creación de los diseños nuevos

en torno a la imagen corporativa que en cada edición se crea. Esto incluyó el desarrollo de un nuevo logotipo, la selección de variedad de los colores corporativos y la creación de una composición visual. Además, se diseñó un logotipo específico para la temática de la edición, "La Revolución Publicitaria". Estas actualizaciones en la imagen corporativa del Festival reflejan el espíritu innovador y creativo del proyecto.

- **Máxima participación de los alumnos del campus:** Indudablemente, este año se ha caracterizado por la notable participación en todas las actividades llevadas a cabo en el campus. Una vez más, las diversas actividades organizadas han sido ampliamente aceptadas y valoradas por los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas y PEC.
- **Nuevos patrocinios y conservación de los anteriores:** Dado que el patrocinio es uno de los pilares fundamentales del festival al proporcionar un respaldo económico, esta edición contó con el apoyo de 17 patrocinadores, tanto instituciones; Junta Castilla y León, Ayuntamiento de Segovia, Ayuntamiento de la Seca, Diputación Provincial de Segovia, Departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Valladolid, Parque científico de la Universidad de Valladolid, Facultad de CCSS, Jurídicas y de la Comunicación, como empresas privadas. Resulta crucial mantener acuerdos con empresas patrocinadoras como Saguario y Aluminios Velázquez. Estas empresas han colaborado en ediciones anteriores y continúan brindando su apoyo este año. Mientras que conseguir nuevas empresas como Restaurante José María y ESI (Escuela Superior de Diseño).
- **Fomentar la comunicación interna en el equipo:** Gracias a una reestructuración de la comunicación organizativa, que ha permitido la presencia de todos los departamentos en la Junta Directiva, se ha creado un entorno de trabajo más cercano y eficaz. Desde el año pasado la junta directiva se compuso de los coordinadores de cada departamento, así como de una presidenta y un tesorero, con el propósito de fortalecer la comunicación entre los distintos departamentos. Además, se tomó la decisión de fusionar los cargos de vicepresidente y tesorero. La inclusión

de los coordinadores de cada departamento en la junta directiva ha generado cambios sumamente beneficiosos en términos de comunicación y colaboración entre los departamentos. Esta nueva estructura promueve un ambiente de consenso y entendimiento, ya que las decisiones se toman considerando múltiples perspectivas. Además, se agiliza la comunicación al acortar los canales entre la junta directiva y las coordinaciones de los departamentos. Como resultado, se fortalece la sinergia entre los diferentes equipos y se facilita el trabajo conjunto en beneficio de la organización.

- **Implicación del profesorado y el entorno universitario:** El valioso apoyo y colaboración del profesorado y personal de la universidad han sido fundamentales una vez más para el éxito de la organización del festival por parte de los estudiantes de cuarto grado. Además, es destacable la presencia del Rector de la Universidad de Valladolid, D. Antonio Largo Cabrerizo, en la gala de la XV Edición de Publicatessen, lo cual refleja los lazos establecidos entre los diferentes campus de la universidad y el respaldo brindado. Además de la Vicerrectora de Innovación docente y transformación digital, Susana Álvarez, y la decana de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del campus, María Zambrano, D^a. Marta Laguna García.
- **Edición con conciencia social:** La edición se ha caracterizado por la amplia variedad de actividades sociales realizadas, especialmente por el departamento de Responsabilidad Social Corporativa. Entre ellas se destacan las cartas al abuelo, feria de entidades y voluntariado y el evento 'Quiere y Quiérete mejor'. Estas iniciativas reflejan el enfoque social tanto del festival como del Campus María Zambrano. Implicaciones con alumnos del campus a la hora de fomentar la conciencia social en diferentes temáticas entre las cuales destacó la realización de la Feria del Voluntariado. El objetivo principal de esta iniciativa fue acercar a los estudiantes a diferentes asociaciones y ONG, brindándoles la oportunidad de participar en actividades de voluntariado que fueran de su interés.

- **Repercusión en medios de comunicación:** Para difundir nuestras actividades, hemos llevado a cabo diversas estrategias de comunicación, como la realización de ruedas de prensa, entrevistas en emisoras de radio y programas de televisión, incluyendo el canal TV8 y onda cero y medios locales en Segovia. Además, nuestro departamento de comunicación ha emitido numerosos comunicados a los medios de comunicación que cubren eventos en Segovia, con el fin de mantenerlos informados y fomentar la cobertura mediática de nuestras actividades. (imagen 21 y 22)

Imagen 21: Rueda de prensa enero 2023



Fuente: Periódico El norte de castilla. 2023

Imagen 22: Rueda de prensa enero 2023



Fuente: Periódico El Adelantado. 2023

- **Implicación de la Ciudad de Segovia en el festival:** La ciudad de Segovia siempre ha sido un elemento fundamental en el festival, ya que ha acogido la celebración de la gala en el prestigioso Teatro Juan Bravo. Además,

hemos mantenido una estrecha colaboración con la sociedad segoviana, llevando a cabo diversas acciones conjuntas. Asimismo, contamos con la participación activa de instituciones públicas y empresas segovianas, quienes han sido patrocinadores y colaboradores destacados de esta edición. (imagen 23)

Imagen23: Post Alcaldesa de Segovia en su perfil



Fuente: Cuenta Instagram Clara Martin Segovia .2023

7. Conclusiones

Después de llevar a cabo la XV Edición y basándonos en el presente documento que resume la experiencia, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- El éxito del festival se debe a la colaboración y participación activa de todos los involucrados, incluyendo el alumnado, el profesorado, el personal de la universidad y los patrocinadores.
- Publicatessen representa una experiencia académica sumamente enriquecedora, ya que brinda la oportunidad de poner en práctica todas las habilidades adquiridas a lo largo del grado de Publicidad y Relaciones Públicas.
- Este proyecto representa un fuerte vínculo entre la universidad y los alumnos, gracias a la fuerte participación y compromiso del cuerpo docente, promoviendo la comunicación y el aprendizaje.
- El festival representa una oportunidad anticipada del futuro laboral que aguarda a los alumnos de cuarto curso, lo cual es altamente beneficioso, ya que les permite perfeccionar sus conocimientos y competencias requeridas en el ámbito profesional. Además, puede impulsar las oportunidades de empleo, dado que cada vez más empresas y agencias reconocen la relevancia de Publicatessen.
- Publicatessen representa un ejemplo destacado de la relevancia de estas prácticas voluntarias, fuera de los trabajos realizados en clase, para la formación del alumnado.
- La comunicación del festival desempeña un papel crucial, tanto a nivel interno entre los miembros del equipo organizativo, como hacia el público objetivo, que incluye tanto a los estudiantes de la universidad que participan en las diversas actividades, como a posibles colaboradores, patrocinadores y agencias que pueden contribuir al crecimiento del festival en diversas áreas. Es fundamental garantizar una comunicación efectiva en todos estos aspectos.
- Las reuniones de la junta directiva, ya sea a nivel individual, con coordinadoras por separado, o global, desempeñan un papel fundamental

en la coordinación del festival. Estas reuniones promueven una comunicación fluida y efectiva entre los diferentes departamentos, lo que permite agilizar los procesos y asegurar una colaboración eficiente en la organización del evento.

- La cohesión y unidad del equipo son elementos esenciales, dado que las acciones individuales de cualquier miembro de la organización afectarán de alguna manera a todo el equipo en su conjunto.
- La utilización de herramientas en línea, como *Google Drive*, para compartir documentos e información internamente, actúa como un repositorio que agiliza y facilita los diversos procesos entre departamentos. Además, puede servir como un archivo de memoria y una guía útil para futuras ediciones del festival.
- Desde las primeras reuniones, resulta crucial definir las responsabilidades de cada departamento. Al comenzar la organización, es común desconocer los posibles desafíos, la carga de trabajo y los imprevistos que puedan surgir. Establecer claramente las tareas y responsabilidades de cada persona desde el principio contribuye a agilizar cualquier proceso o trámite que se presente.
- En relación al punto anterior, es fundamental, especialmente para la presidencia, contar con un plan claro de gestión de problemas. Si bien cada contratiempo puede tener sus particularidades y requerir enfoques específicos para su resolución, tener un protocolo establecido facilita la rápida solución de errores.
- Las alianzas con instituciones de educación en el ámbito creativo generan beneficios mutuos, tanto en la promoción de dichas escuelas como en el enriquecimiento y capacitación de los estudiantes de nuestra facultad a través de las becas otorgadas.

En resumen, la XV Edición del festival ha sido un éxito gracias a la colaboración, la coordinación, el apoyo de los patrocinadores, la temática atractiva y el enfoque social. Estas conclusiones servirán como aprendizaje y guía para futuras ediciones del festival.

Teniendo en cuenta las conclusiones mencionadas anteriormente, se sugieren las siguientes recomendaciones para las futuras ediciones de Publicatessen:

- Se sugiere la elaboración de un informe al final de cada edición que documente las actividades y funciones realizadas por cada departamento, incluyendo los procesos de organización, errores o fallos cometidos y los aspectos positivos de participar en el proyecto. Este informe debe ser entregado al comienzo de la siguiente edición, con el objetivo de mejorar la comunicación y cubrir todas las necesidades que se puedan presentar, al comienzo del proyecto.
- Con el objetivo de expandir el Festival a nivel interuniversitario, se propone la inclusión de los estudiantes que realizan intercambios académicos, como el programa Sicue o Erasmus, otorgándoles el papel de embajadores de Publicatessen. Esta iniciativa permitiría la participación de aquellos alumnos que no se encuentran en Segovia durante el curso, generando así mayor repercusión y reconocimiento tanto a nivel nacional como europeo.
- Se recomienda establecer objetivos a corto y largo plazo a nivel departamental y global de la organización, con el fin de proporcionar una estructura clara y definida para orientar el trabajo y tener claridad sobre la meta a alcanzar. Para facilitar la planificación conjunta, se sugiere utilizar herramientas como *Google Calendar*, que permiten fijar fechas límite, asignar tareas y compartir la programación de actividades entre los miembros del equipo. Esto ayudará a mantener un seguimiento eficiente de los plazos y a garantizar una mejor coordinación en la organización.
- Es importante comunicar a los participantes el compromiso que implica formar parte de la organización del festival, así como valorar el tiempo que podrán dedicar y lo que cada persona puede ofrecer al evento. Es recomendable tener claridad sobre en qué departamento se puede aportar y comunicarlo de manera transparente. De esta manera, se fomenta una mayor implicación y se asegura que cada miembro del equipo esté asignado a una tarea acorde con sus habilidades y capacidades.

Además, esta comunicación contribuye a generar un sentido de responsabilidad y compromiso en los participantes, lo que fortalece el funcionamiento general de la organización.

- Es recomendable establecer un conjunto de normas o límites consensuados entre todos los miembros de la junta directiva, especialmente de parte de la presidencia hacia las coordinadoras. Esto contribuirá a evitar malentendidos y conflictos dentro del equipo, asegurando un ambiente de trabajo armonioso y una mejor comunicación. Estas normas pueden abordar aspectos como la clarificación de roles y responsabilidades, el respeto mutuo, la puntualidad en las reuniones, la comunicación efectiva, entre otros aspectos relevantes para el funcionamiento óptimo del equipo.

Aunque enfrentar este reto no siempre ha sido fácil, me siento orgullosa de haberlo afrontado y de cómo ha contribuido a mi crecimiento personal y desarrollo.

Bibliografía

- Álava, E. (2020). El aprendizaje experiencial y su impacto en la educación actual. *Revista Cubana de Educación Superior*. 39 (3)
<https://revistas.uh.cu/rces/article/view/2015>
- Chisholm, C.U.; Harris, M.S.G; Northwood, D.O. Y Johrendt, J.L. (2009) "The Characterisation of Work-Based Learning by Consideration of the Theories of Experiential Learning" *European Journal of Education*, III, 44: 319-337.
- El Adelantado de Segovia (2023, 19 enero). Publicatessen cumple 15 ediciones con su tradicional Gala en el Campus 'María Zambrano'. *El Adelantado de Segovia*.
<https://www.eladelantado.com/segovia/publicatessen-cumple-15-ediciones-con-su-tradicional-gala-en-el-campus-maria-zambrano/>
- El Adelantado de Segovia (2023, abril 17). Publicatessen reúne a 27 profesionales del sector en el Campus 'María Zambrano'. *El Adelantado de Segovia*.
<https://www.eladelantado.com/segovia/publicatessen-reune-a-27-profesionales-del-sector-en-el-campus-maria-zambrano/>
- El Adelantado de Segovia (2023, abril 20). Alumnos preparados para 'la revolución publicitaria'. *El Adelantado de Segovia*.
<https://www.eladelantado.com/segovia/alumnos-preparados-para-la-revolucion-publicitaria/>
- El Norte de Castilla (2023, 21 abril). Los alumnos de Publicidad celebran su festival anual. *El Norte de Castilla*. <https://www.elnortedecastilla.es/segovia/alumnos-publicidad-celebran-festival-anual-20230421114402-nt.html>
- El Norte de Castilla (2023a, enero 18). La libertad y la igualdad marcan la decimoquinta edición de Publicatessen. *El Norte de Castilla*.
<https://www.elnortedecastilla.es/segovia/libertad-igualdad-marcan-20230118180745-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Fúnez Capitán, P. Pando, Torre, P. (2019). *XI Festival Publicatessen, Junta Directiva*. (Trabajo Fin de Grados. Universidad de Valladolid) Universidad de Valladolid.
- García Martín N., García Martín A., Núñez Cansado M (2022) El Festival Publicatessen: herramienta para la integración de competencias académicas

y profesionales. *Human Review*. V.11. 3890. 2-14.

<https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3890>

Martin De Andrés, G. (2022). *Publicatessen xiv edición: vicepresidenta*. (Trabajo Fin de Grados. Universidad de Valladolid). Universidad de Valladolid.

Publicatessen (2022, 10 noviembre). *Misión cumplida: tema de la XV edición*.

Festival Publicatessen. <http://festivalpublicatessen.com/mision-cumplida-tema-xv-edicion/>

Publicatessen (2022, 10 mayo). Historia de Publicatessen. *Festival Publicatessen*.

<http://festivalpublicatessen.com/la-historia/>

Romero Ariza M (2010) El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. *Revista de Antropología Experimental*. nº 10. 89-102.

<http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2010/edu1008pdf.pdf>

Selene R., Villanueva L (2005) El aprendizaje cooperativo: un modelo de intervención para los programas de tutoría escolar en el nivel superior. *Revista de la Educación Superior*. Vol. XXXIV (1). 87-104.

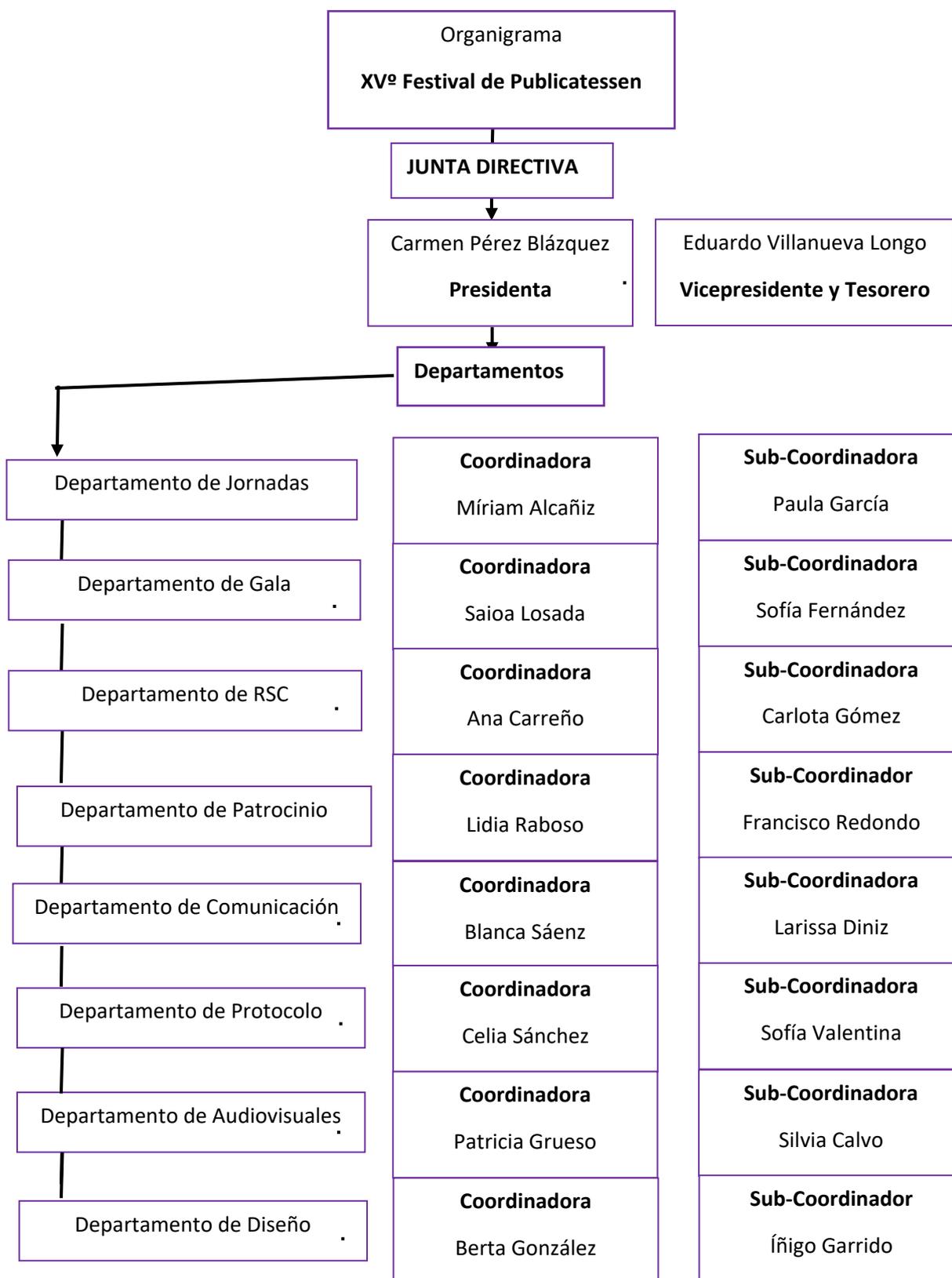
<https://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v34n133/0185-2760-resu-34-133-87.pdf>

Raelin, J.A. 2000 *Work-based Learning: The New Frontier of Management Development*. Nueva Jersey: Prentice Hall Inc.

ANEXOS

ANEXO I

ORGANIGRAMA DEL XV FESTIVAL DE PUBLICATESSEN



ANEXO II

ALBUM DE FOTOS DEL XVª EDICIÓN FESTIVAL PUBLICATESSEN

Imagen 1 : Cartel Instagram evento Previa de San Frutos Imagen 2 : Foto evento



La Previa De San Frutos X PUBLICATESSEN. Evento que da comienzo a la XVª Edición del festival 24 de octubre haciendo referencia a la fiesta del barrio de San Frutos, ubicado en Segovia ciudad. Realizamos el evento junto con el restaurante Maskbrasas, ubicado cerca de la universidad. El evento se realizó en el Quiosco de San Roque- Shushi Garden. En el hicimos un sorteo junto con el maskbrasas de una cena, además de juegos como el BeerPong. Creamos un cartel con el nombre de PUBLICATESSEN para que esté presente en los eventos y

la gente se pueda hacer fotos.

Fuente: Departamento de Diseño y Audiovisuales de XV edición



Imagen 3: Cartel Historia de Instagram evento El Vermut de Publicatessen Imagen 4: Foto del Evento

Vermut PUBLICATESSEN x KOTÁHO

Vermú clásico de Publicatessen celebrado en la sala Kotáho con venta de tickets anticipados y música desde la 13:00. Durante la tarde actúan varios djs y una charanga de la zona, solo interrumpidos por la realización de un sorteo gracias a la colaboración con un estudio de tatuajes de la ciudad. Se realizó el día 19 de noviembre de 2022.

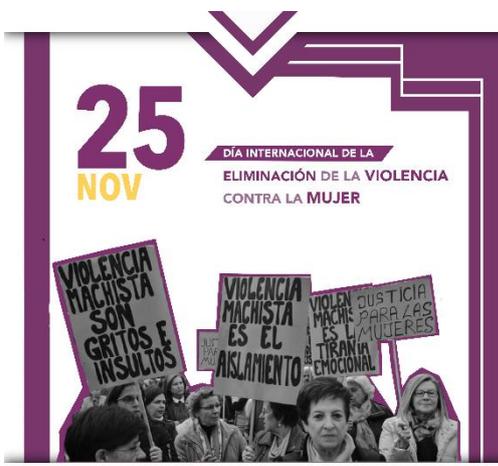
El número de asistentes fueron 200 personas, además sorteamos un Vale por un tatuaje en Bloom Ink Studio valorado en 100 euros, “Raquel Pérez”, contactada a través del Instagram de la organización.



Fuente: Departamento de Diseño y Audiovisuales de XV edición

25N Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres

Imagen 5 : Post Instagram Imagen 6: Foto de



la acción

Acción por parte del departamento de RSC llamado “La Boda”. Se trata de una exposición interactiva en la cual se narra una historia ficticia de “amor”. Esta historia es representada por una pareja que se encuentra en el altar, sin embargo, el final es inesperado ya que la novia escoge casarse consigo misma y dejar plantado en el altar a su maltratador. Por otro lado, también se realizó un post en relación con el 25N.

Fuente: Elaboración Propia Departamento Diseño XV edición

Carta al abuelo

Acción que se lleva haciendo todos los años, donde el equipo de RSC recoge cartas y postales entre los universitarios y niños del colegio Diego colmenares. Después son entregadas a los ancianos que viven en la residencia Hermanitos de los Pobres en Segovia.

Imagen 7 : Post Instagram Imagen 8 : foto Acción



Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV



Las campanadas de Publicatessen

Como en años anteriores, Publicatessen ofrece la oportunidad de despedir el año antes que nadie y celebra sus campanadas en una de las discotecas de la ciudad. Volvemos a colaborar con la discoteca Kotaho. Número de asistentes fueron 179 personas por nuestras listas, muchas más por los RRPP. de la sala.

Imagen 9 : Post Instagram Imagen 10 : foto Acción



Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV

Prevención de las ITS

Aprovechando el día 14 de febrero, donde se reivindica el amor, quisimos hacer, desde el departamento de RSC, una acción para que te cuides, me cuides y nos cuidemos, ante la prevención de la ITS, repartiendo preservativos y folletos informativos.

Imagen 11: Post Instagram Imagen 12: foto Acción



Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV

Carnaval x PUBLICATESSEN

Para no perder la unión con el público más allá de nuestras comunicaciones por diferentes redes sociales, nos decidimos a realizar un evento por la festividad de carnaval, pues se nos solicitaba que realizáramos también alguna fiesta temática. Nos decantamos esta vez por la sala La Luna y animamos a que la gente acudiese disfrazada premiando al mejor disfraz individual y grupal. Día 16 de febrero. Número de asistentes más de 150 personas.

Imagen 13: Post Instagram Imagen 14: foto Acción



Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV

La Paellada de Publicatessen

A partir de las 13:30 se desarrolló en el recinto de la terraza de El Quiosco de San Roque la famosa paellada de Publicatessen. Mientras sonaba la música de Yaiza Díez, el departamento de protocolo se encargó de servir 88 platos de paella, elaborada por el



servicio de catering Pios, a las personas que habían comprado previamente la entrada y que incluía, también, una consumición. Día 25 de marzo, con más de 150 asistentes.

Imagen 15 : Post Instagram Imagen 16 : foto Acción



Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV

La Yincana x Deportes Uva

Como consecuencia del patrocinio de una de nuestras categorías especiales por parte del Servicio de Deportes Uva y para potenciar la participación del alumnado en actividades de tipo deportivo, el pasado 13 de abril se llevó a cabo una yincana en la que los participantes deberán recorrer la ciudad de Segovia guiados por unas pistas que se enviaban a su teléfono móvil para resolver pruebas con las que conseguir puntos.

Imagen 17 : Post Instagram Imagen 18 : foto Acción

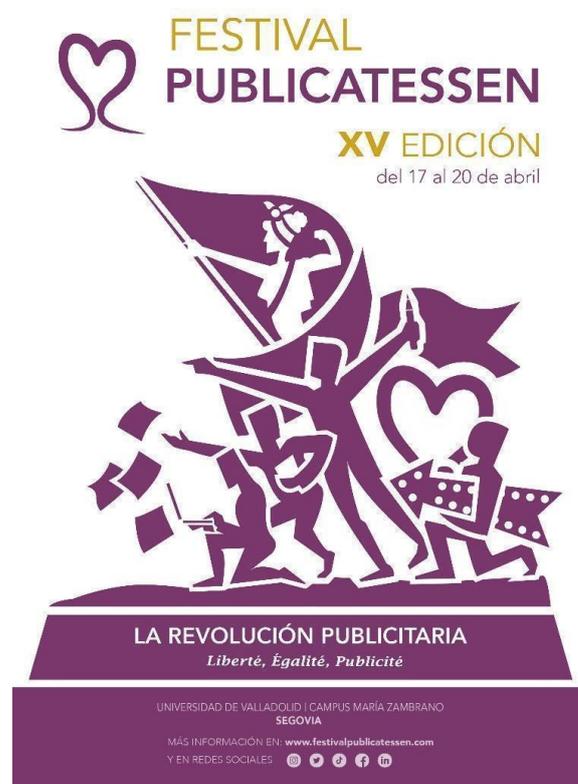


Fuente: Departamento Diseño y Audiovisuales edición XV

Cartel XVª Edición de Publicatessen

Diseñado por el departamento de Diseño para promocionar la decimoquinta edición del festival para acciones como los Mupis por las calles de Segovia.

Imagen 19 : Cartel XV edición



Fuente: Departamento Diseño edición XV

Cartel XVª Edición Jornadas de Publicatessen

Diseñado por el departamento de Diseño para promocionar las jornadas de la decimoquinta edición del festival, celebradas del 17 al 20 de abril en Segovia.

Imagen 20 : Cartel Jornadas edición XV



Fuente: Departamento Diseño edición XV

Feed Red Social Instagram

Imagen 21: Feed Instagram para la cuenta de Publicatessen







Fuente: Departamento Diseño edición XV

Rueda de prensa con el Ayuntamiento de Segovia

El día 23 de marzo realizamos una rueda de prensa junto con el Ayuntamiento de Segovia, su alcaldesa actual Clara Martín. Se comunicó información sobre el festival, por primera vez verbalizamos al público el aforo completo que tuvimos en jornadas en el primer día de venta de las entradas, explicamos el tema de la edición junto al desarrollo de la temática de cada día de jornadas. Resolviendo dudas por parte de los periodistas presentes en la rueda de prensa. Fue un acto muy cercano.

En la rueda de prensa compadecemos (de izquierda a derecha en la fotografía): Clara Martín (Alcaldesa de Segovia), Carmen Pérez Blázquez (Presidenta de la XVª Edición del Festival Publicatessen), Eduardo Villanueva Longo (Vicepresidente de la XVª Edición del Festival Publicatessen).

Imagen 22: Foto post Rueda de prensa



Fuente: Departamento Diseño edición XV