



Universidad de Valladolid

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL VEINTICINCO ANIVERSARIO DE LA
ESCUELA DE DISEÑO, ESI VALLADOLID.**

AUTOR: Beatriz Hernández Hernández

TUTOR: Lara González Díaz

Segovia, 29 de Julio de 2015.

Resumen.

Actualmente las medianas empresas necesitan de una comunicación más cercana con el cliente y sobre todo una en la que le hagan participe de las actividades y en la que puedan vivir emociones y experiencias. Es por eso que en este trabajo se presenta una estrategia de comunicación enfocada, en el año 2016 para una mediana empresa en su veinticinco aniversario, en actividades públicas y privadas, exteriores e interiores en las que los ciudadanos puedan conocer el trabajo y los servicios que ofrece la Escuela de Diseño, ESI Valladolid.

Abstract.

Currently midsize businesses are in need of closer communication with clients, specially a paper in which customers participate in the activities and can live the experience and emotions through those events. That is why this paper focuses on a communication strategy, in 2016 for a medium size company in its twenty-fifth anniversary, in public and private, indoor and outdoor activities where citizens can increase their knowledge about the work and services La Escuela de Diseño, ESI Valladolid provides.

Palabras clave: organización, eventos, protocolo, actos, aniversario, empresa, actividades, street marketing, concursos.

Keywords: organization, events, protocol, anniversary, enterprise, activities, street marketing, contests, business.

ÍNDICE

1. Introducción	6
2. Marco general del objeto de estudio	7
2.1. Elección del tema	
2.2. Objetivos generales	
2.3. Objetivos específicos	
3. Investigación	8
3.1. Ámbito de la investigación	
3.2. Metodología utilizada	
4. Desarrollo del tema de estudio	9
4.1. Concepto de protocolo	
4.2. Concepto de evento	
4.2.1 Tipos de eventos	
4.3. La organización del evento	
4.3.1. La planificación del evento	
4.3.1.1. Objetivos del evento	
4.3.1.2. Target	
4.3.1.3. Calendario de eventos	
4.3.2. Los equipos de trabajo	
4.3.2.1. Comité técnico	
4.3.2.2. Comité comercial	
4.3.2.3. Comité administrativo	

4.4. Comunicación	
4.4.1. Comunicación interna	
4.4.2. Comunicación externa	
4.5. Presupuesto final	
5. Conclusiones	22
6. Bibliografía	23
7. Anexos	

1. Introducción

En el presente trabajo vamos a delimitar los pasos que han de seguirse a la hora de organizar el calendario de eventos para el aniversario de una mediana empresa, siendo ésta una sociedad limitada. Estas directrices podrán ser utilizadas de forma general para la organización de actos concretos en relación con el cumplimiento de años de una empresa o simplemente con el deseo de estructurar y producir un evento de características similares. El caso práctico expuesto en este proyecto es la celebración del veinticinco aniversario de La Escuela de Diseño, ESI Valladolid, empresa que lleva en el sector de la educación desde el año 1990. La empresa en cuestión tiene su sede en la localidad de Valladolid, exactamente en la Ciudad de la Comunicación, paseo Arco Ladrillo. Su oferta académica está basada en estudios de diseño, tales como Diseño Gráfico, Diseño de Moda y Diseño de Interiores, además de impartir cursos relacionados con las nuevas tecnologías y tópicos relacionados con las titulaciones. Sus instalaciones cuentan con 1200 metros cuadrados entre los cuales se reparten 16 aulas para alumnos, 5 despachos y salas comunes.

Como bien decía Hermann Alexander Graf Keyserling, (Celeste, 2014) filósofo alemán, las reglas elementales de la cortesía son muy simples: alabar lo bueno de los otros, suprimir los reproches, dar importancia a los demás y prestarles atención, cita que resulta importante a la hora de organizar un evento, puesto que es imprescindible que la cortesía y las buenas maneras estén presentes en todo momento para que este tenga un éxito rotundo.

Antes de centrarnos en la organización como tal del calendario de actos, vamos a introducir conceptos generales de protocolo y de evento, así como los tipos de eventos que podemos presentar para el veinticinco aniversario de una empresa, todo ello basándonos en autores expertos en protocolo y organización y dirección de eventos, tales como Carlos Fuente LaFuente o Gloria Campos García de Quevedo.

Para continuar con el proyecto especificaremos cuáles son las pautas que se han de tener en cuenta a la hora de planificar, decidir y organizar un acto o acontecimiento concreto. Estas normas son la base principal del trabajo y sobre las que vamos a centrarnos a lo largo de este proyecto. Dentro de éste apartado se encuentra la toma de decisiones acerca de las características principales del evento; fecha, lugar, hora, los equipos de trabajo organizativos de acto o actos, la comunicación a realizar para el éxito del evento y por último los presupuestos sobre los que se realizarán todas las actividades.

Por último destacaremos cuáles son las conclusiones a las que hemos llegado a través de la investigación sobre el tema y la realización del trabajo y añadiremos la bibliografía utilizada, así como anexos de interés para el público, tipo documentos informativos, calendarios de actividades, merchandising, etc.

2. Marco general del objeto de estudio

1.1. Elección del tema

El tema de estudio ha sido elegido para aumentar los conocimientos acerca de la organización de grandes eventos, con todos los pequeños detalles que estos conllevan, y para aportar un estudio práctico acerca de un acontecimiento privado en el aniversario de una empresa española. Además el interés por la realización de este proyecto nace de la capacidad organizativa del estudiante, así como de su responsabilidad e ilusión a la hora de crear proyectos de esta índole. Es además un estudio del que se pueden aprender, tanto conceptos específicos relacionados con la materia, como pasos a seguir para organizar cualquier tipo de evento empresarial.

Teóricamente son muchos los autores que narran sobre las pautas que se han de seguir a la hora de organizar cualquier tipo de acontecimiento público o privado, así como las normas protocolarias que, dependiendo del evento, hay que tener también en cuenta. Principalmente, este trabajo se crea a partir de la investigación realizada en aquellos escritos relacionados con las técnicas la organización de actos, los manuales de protocolo empresarial y de organización de eventos y también de documentos acerca de la planificación y producción de estos eventos, términos que encontraremos a lo largo del presente trabajo.

1.2. Objetivos generales

- Especificar los pasos que se han de seguir a la hora de organizar un festival, evento o acto concreto.
- Establecer unas pautas protocolarias y de organización para la celebración del veinticinco aniversario de la empresa.
- Ejemplificar un caso de organización de un evento con todos los detalles que éste requiere con el fin de ponerlo en práctica.

1.3. Objetivos específicos

- Celebrar los veinticinco años que lleva trabajando la empresa para llegar al nivel en el que se encuentra en la actualidad.
- Organizar acciones y eventos que como decía George Eliot, hablen de la empresa y de las que nosotros nos podamos sentir orgullosos.
- Diseñar un calendario de actos en los que se establezcan días para cada evento, relacionados con las enseñanzas impartidas en la Escuela.
- Crear una campaña visual que llame la atención de alumnos a nivel nacional.
- Fomentar la participación de profesores y alumnos en las actividades diseñadas para el aniversario de ESI Valladolid.

3. Investigación

3.1 Ámbito de la investigación

El ámbito de la investigación se centra en las técnicas que hay que tener en cuenta y las pautas que se han de seguir a la hora de organizar un evento en pleno siglo XXI, se ha incluido, además de trabajo teórico, una parte práctica en la que el alumno ha expresado sus ideas para organizar un evento en relación una empresa privada y la organización de un mes de acciones para ella debido a su veinticinco aniversario.

En el año actual, 2015, muchos son los factores que intervienen a la hora de organizar un acto de cualquier tipología, y todos estos se han tenido en cuenta para escribir este proyecto práctico. La mayor parte de las trabas que se encuentran actualmente para la organización de un acto están relacionadas con el capital de las personas individuales o empresas, puesto que vivimos en un año en el que la crisis económica es el tema principal y en el que las empresas quieren comunicar con presupuestos bajos y acciones de gran calidad. Es por eso que las acciones visuales y que hagan de la participación del target una experiencia son fundamentales, tanto para reconocer una buena imagen, como para la publicidad boca a boca.

Por lo tanto, la investigación principal sobre la que se centra este proyecto ha sido teórica, en cuanto a normativas y pautas para la organización de actos y documentos escritos

por autores profesionales en el sector, y práctica, puesto que mucha de la información que se presenta está principalmente desarrollada a través de la observación y de otras actividades de la misma tipología y de las pequeñas entrevistas que se han realizado a los miembros de la Escuela de Diseño, para poder conocer, de forma general, cuál es su método de trabajo y de qué forma se puede llegar al público objetivo que ellos desean.

3.2 Metodología utilizada.

Como fuentes de investigación se han utilizado documentos escritos por profesionales de los eventos y protocolo publicados en revistas y blogs del sector, libros de autores expertos en el protocolo y organización de eventos, y las propias ideas del escritor de este trabajo en relación con la organización del acto, quién en ciertos momentos ha acudido a páginas web de planificación y organización de acontecimientos empresariales para obtener y potenciar algunas ideas, o incluso en acciones anteriormente realizadas para otro tipo de empresas, de las cuales ha formado parte. Otro de los métodos utilizados ha sido la experiencia de otros profesionales y representantes de ESI Valladolid, que tras haber mantenido conversaciones con ellos han podido aportar su visión, ideas y experiencia a este proyecto.

4. Desarrollo del tema de estudio

4.1 Concepto de protocolo

El término protocolo nace del latín (“protocollum”) y del griego (“protos” y “kollum”), significando antiguamente la primera página de un documento, en la cual se establecían las instrucciones acerca del escrito.

El protocolo es, atendiendo a la definición de la Real Academia de la Lengua española, la regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o por costumbre. Siendo esta definición no muy específica, hay autores especializados en protocolo tales como Pilar Benito Sacristán (2011) que definen el concepto como “Hecho con solemnidad o por cumplir con las reglas de cortesía”. José Antonio de Urbina (2001), diplomático español experto en protocolo y ceremonial, apunta que “el protocolo no es más que una serie de normas y guías para que las cosas salgan bien, para que el Estado funcione mejor o para que las personas se relacionen con más facilidad. Se trata de ser amable, educado, cortés y respetuoso”. Don Felio A. Villarrubias Solanes (2010), describe el protocolo como, una ciencia en tanto la trata de

temas en relación con diplomacia, historia, heráldica, vexilología, etc. y un arte en cuando a la armonía, estética y estilo que atiende.

Y por último, para dos autores en los que vamos a basarnos a lo largo de todo el trabajo como son Gloria Campos (2008) y Carlos Fuente (2006), respectivamente, “ el protocolo actual hay que entenderlo desde un prisma más actualizado en el que las reglas y normas conviven con nuevas disciplinas y con técnicas de organización enriquecidas con una visión más multidisciplinar”, “el protocolo integral, combina técnicas tradicionales y normativas, comunicación, relaciones públicas, marketing, publicidad, creatividad (...)”. Por lo tanto, aludiendo a todas estas definiciones, el término protocolo es un concepto muy completo y que abarca una infinidad de normas, leyes y actuaciones, todas ellas principalmente de comunicación, pero que sirven para cualquier acto, evento u organización, en el que se quieran transmitir una serie de valores y mensajes, de una forma cordial y previamente estructurada.

Tras una innumerable lista de definiciones de protocolo, la que mejor describe en este caso el protocolo sobre el que vamos a hablar en el siguiente documento sería la dada por la revista online protocolo.org, definiendo protocolo como el conjunto de normas y disposiciones legales vigentes que, junto a los usos, costumbres y tradiciones de los pueblos, rige la celebración de actos oficiales y actos de carácter privado que toman como referencia todas estas disposiciones, usos, tradiciones y costumbres. “Tener una buena idea del acto considerando los objetivos y la comunicación, programarlo correctamente, darle la forma adecuada, salvar las barreras y establecer las garantías de protección integral de las personas y gestionar adecuadamente el dinero.” (Fuente, 2007, p.23)

Es importante señalar que el término de protocolo y todas las normas que éste conlleva no son de obligado cumplimiento, sino que ayudan a la hora de que un evento se organice atendiendo a unas normas de respeto y seriedad. Si es cierto, que el protocolo oficial utilizado en el ámbito de la Corona, gobierno, Estado, etc es un protocolo que debe seguir todas las normas que éste apunta.

El protocolo empresarial se crea a partir del interés que tienen las empresas de integrarse tanto en la vida social como en la oficial. Atendiendo a las palabras de Fernández del Moral (2004), conforme aumenta la actividad pública de las empresas y se incrementan las relaciones entre las entidades oficiales y privadas de una sociedad, éstas últimas se convierten en protagonistas de acontecimientos de incuestionable relevancia y complejidad en su organización.

4.2 Concepto de evento

El concepto de evento, del latín *eventus* tiene varios significados según el entorno en el que se utilice. Tal y como establece la Real Academia Española (RAE), para hispanohablantes latinoamericanos un evento es un suceso de importancia que se encuentra programado, dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo.

Para Rosario Jijena Sánchez (2004), podemos clasificar los eventos teniendo en cuenta diferentes aspectos como por ejemplo el target al que se dirige el evento, la admisión, la envergadura o por la duración y programación. Si nos guiamos en la tipología según el público que va a acudir al evento, podemos clasificarlos como abiertos o cerrados, los eventos abiertos son aquellos que se realizan para todos los públicos sin necesidad de una invitación o entrada, suelen estar organizados en espacios más amplios y con unos fines más comerciales, por otro lado los eventos cerrados corresponden a aquellos organizados para un número específico de asistentes en los que cada uno tiene una invitación, anteriormente enviada por la empresa u organización, y la cual se ha de presentar a la entrada del acto.

Carlos Fuente (2006), establece la misma definición tanto para acto como para evento, refiriéndose al desarrollo de una función o representación destinada a cumplir los objetivos por los que se promueve y que se dota del ceremonial adecuado. Además, aclara, que un acto o evento consta de cuatro partes: un inicio o bienvenida, un desarrollo del objetivo central del mismo, un encuentro de carácter social y una despedida. (p.54). por otro lado, Marín (2004) establece una definición de acto, señalando en la definición de evento exactamente la misma, “acontecimiento o evento que una organización celebra para informar de cualquier tema a sus diversos públicos” (p.20)

Un evento no tiene por qué tener una finalidad concreta, sino que puede tener diversos objetivos dependiendo de las nociones que se quieran transmitir al público y de otros factores relevantes, alguno de los fines que puede perseguir un acto, festival o evento son económicas, informativas, promocionales, institucionales, culturales, sociales, etc. Tal y como afirma Bodwin (Berridge, 2007, p.5), el campo de aplicación de los eventos es tan sumamente amplio que, encontrar una definición que incluya todos los aspectos de los eventos es prácticamente imposible.

Los eventos pueden ser clasificados dependiendo de:

- El tipo de público: los eventos teniendo en cuenta éste parámetro se clasifican en públicos o abiertos y privados o cerrados.

- El tipo de asistentes: pudiendo clasificar el acto en congresos, conferencias de prensa, cenas de gala, ponencias, masterclasses, cursos, etc.
- La vestimenta: de acuerdo al traje que lleven los invitados los acontecimientos pueden ser de gala, informales o formales. En la invitación a cada acto se hará referencia a cómo han de ir vestidos los asistentes. Por ejemplo, en una cena de gala las mujeres deberán acudir con traje largo y los hombres con smoking. (Si la invitación especifica otro protocolo se deberá seguir el anunciado por los organizadores.)
- El coste de la organización: podrían clasificarse por actos de previo pago (cursos) o actos gratuitos (eventos en la calle)
- La envergadura de la organización: siendo la clasificación en el tipo de evento, que pueden ser como se ha comentado anteriormente, grandes reuniones, congresos, jornadas, grupos de trabajo, comisiones, exposiciones, cenas o comidas...

4.2.1 Tipos de eventos

Existen una serie de factores que se ponen en común a la hora de organizar un acto o evento, tales factores son imprescindibles para que el acontecimiento tenga el éxito que deseamos, así como para llamar la atención del público invitado.

Creatividad e innovación, son actualmente unos de los factores más relevantes en el ámbito de la organización de eventos y la comunicación empresarial, puesto que es imprescindible ser creativo para que con los bajos presupuestos que la empresas conceden pueda salir una obra brillante e innovadora. Debe ser una idea que contenga todos los detalles requeridos por la empresa, que sea interesante, impactante y que llame la atención de los medios de comunicación, quienes son los responsables de difundir la celebración del acto.

El protocolo, que como anteriormente se ha dicho, en los eventos organizados por empresas privadas no es de vital importancia, pero siempre hay que basarse en unas normas protocolarias indispensables, tales como la educación, el saber estar, las buenas maneras, etc.

La escenografía, siendo ésta el conjunto de los decorados que se utilizan en una representación escénica (Definicion.de), en este caso los decorados, lugar y ambiente en los que vamos a celebrar todas las actividades, cambiará con los distintos actos, puesto que unos serán interiores y otros en el exterior de las instalaciones, los espacios de celebración no

podrán estar saturados y tendrá que existir cierta armonía entre los elementos que lo compongan.

La comunicación es uno de los factores más importantes, junto con la creatividad, puesto que en la era de la información en la que estamos inmersos actualmente es imprescindible el uso de tecnologías que den fuerza y difundan los eventos que tenemos en mente.

Atendiendo a la clasificación que Carlos Fuente establece en su Manual Práctico para la Organización de Eventos (2006), los actos han de establecerse según sus contenidos: Estado, institucionales, comerciales, culturales, religiosos, académicos, deportivos, sociales y familiares. Pero ésta no es la única clasificación, el Señor Fuente explica también que la diferencia entre un acto realizado por una institución a uno organizado por una empresa, se encuentra en el concepto de oficial o no oficial. Pese a lo establecido por el autor, también aclara que “Es admitido por todos los profesionales que no hay un acto igual a otro, ni tan siquiera aquellos que se repiten periódicamente, como puede ser una entrega de premios o un día nacional o autonómico. Cada uno es diferente y ha de planificarse siempre como si fuera la primera vez que lo acometemos, aunque podamos aprovechar nuestras experiencias anteriores, las de otros profesionales o pautas de ediciones pasadas”.

En relación con la cita anterior, Carlos Fuente (2006) afirma la existencia de una división a la hora de clasificar los eventos, en relación con la organización, dependiendo de la persona que los convoque, oficiales, aquellos organizados por instituciones públicas del Estado o sus representantes, y no oficiales, realizados por entidades no oficiales o personas a título individual. Centrándonos en la producción y relacionados con el contenido y presupuesto, los eventos pueden clasificarse, considerando las características técnicas, localización y espacio de celebración y considerando, por otro lado, el formato del evento, sencillo o complejo.

Fuente no es el único autor que establece su propia clasificación de los actos o eventos, sino que son innumerables profesionales los que enumeran los tipos de eventos existentes, sobre todo dentro del ámbito del marketing y la comunicación de una empresa. Torrents (2010) clasifica los eventos en: convenciones de ventas, jornadas de puertas abiertas, actos protocolarios, inauguraciones, road show, aniversarios de empresa, viajes de incentivo y eventos especiales. Y en la misma publicación (Torrents, 2010), Mostrad los clasifica en: convención, viaje de incentivo, fiestas en la empresa, asistencia a ferias, participación en congresos, reuniones internas, ruedas de prensa, lanzamientos de producto, formación a clientes, ferias privadas, Street Marketing, tiendas efímeras y eventos culturales propios.

Ambas clasificaciones, según lo investigado, serían escasas, pues son muchas más tipologías de eventos las que pueden realizarse en una empresa para dar a conocer sus productos, servicios o imagen.

Atendiendo a la clasificación de las distintas categorías de eventos que se tienen en cuenta en los premios profesionales, tales como, Premios Eventoplus (nivel nacional), Premios Eubean (nivel europeo) y Premios FIP (nivel iberoamericano), podemos diferenciar las siguientes especialidades: celebrity marketing, congreso, convención, educational/training event, evento cultural, evento de celebración, evento de motivación, evento deportivo, evento promocional, evento responsable, eventos infantiles, evento presupuesto reducido, eventos solidarios, green events, musical events, presentación/lanzamiento de producto, eventos de lanzamiento de producto o marca interna o externamente, road show, street marketing y viaje incentivo/team building...

4.3 La organización del evento

4.3.1 La planificación del evento

Planificación y realización del acto son operaciones que se condicionan, pues no es posible una ejecución perfecta sin previo planteamiento o proyecto. (Francisco López-Nieto, 2006)

Es fundamental planear previamente el acto por escrito para que de esta forma no surjan imprevistos y tengamos que improvisar. Hemos de tener muchos factores en cuenta para la perfecta realización de éste, por lo que si acompañamos la organización con una libreta en la que apuntemos todos los minúsculos detalles para que todo salga bien, el evento tendrá un buen resultado, de otra forma olvidaremos pequeños detalles con grandes significados.

A la hora de entregar el boceto, y finalmente el escrito de la planificación del acto, hemos de tener en cuenta ciertas normas protocolarias básicas para la escritura del mismo, es necesario que adjuntemos detalles en diversos formatos, pero nunca detalles innecesarios, el formato del documento ha de ser claro y conciso, sin ornamentos y dividido en apartados para facilitar la lectura, y sin dudar ha de ser un documento que puedan utilizar terceras personas y no únicamente su autor.

Comenzamos en Noviembre de 2015 a planificar y crear bocetos del mes en el que van a realizarse los actos en la Escuela de Diseño, para ello es necesario contar con el trabajo y la ayuda de los comités de los que hablamos a continuación. Puesto que la actuación tendrá

lugar, como mes principal, en Mayo de 2016, para que un par de meses antes de que comencemos con el aniversario poder tomar decisiones finales y comenzar a trabajar en la organización *in situ* y detallar y completar pequeños fallos que se hayan podido pasar por alto a lo largo del tiempo de planificación y organización.

Para poder llevar a cabo la organización de las acciones que se adaptaran a la celebración es imprescindible realizar una reunión con el equipo que participará en la organización de las actividades para que entre todos podamos hacer un *brainstorming* y poner en común todas las ideas que se tengan. Principalmente queremos conseguir los objetivos que marcamos a continuación, por lo tanto todas las ideas tendrán que girar en torno al cumplimiento, de forma exitosa, de estos propósitos.

Una vez que esta reunión se haya finalizado, se tendrán en cuenta todas estas ideas y el comité con mayor responsabilidad sobre la organización será el encargado de aprobar o recusar las ideas presentadas, a partir de este momento, nos apoyaremos, para organizar el mes, en una tabla adjuntada en “Tips for organizing conferences and events” (Campbell, Robinson, Brown y Race, 2005) en la que dividen los apartados de tal forma que podamos elegir el evento que más se adapte a nuestros objetivos y presupuesto.

El evento sobre el que vamos a trabajar es la organización del veinticinco aniversario de la Escuela de Diseño de Valladolid. Una proyecto que estará formado por una serie de actos a lo largo de los meses de mayo, junio y julio en la ciudad natal de la empresa, Valladolid, y alrededores. Durante el mes completo, los alumnos y profesores organizaran una serie de acciones, todas ellas relacionadas con el diseño, que contribuirán tanto a su formación como a la imagen personal y exterior de la Escuela. Además de aprender, los alumnos y profesores darán a conocer cuáles son sus estudios y las diferentes actividades que dentro de las asignaturas realizan, así como darán información a todas aquellas personas que se acerquen y estén interesadas en los estudios de Diseño.

Contamos con un presupuesto total de 10.000€, por lo que todas las actividades tienen que girar en torno a esta cifra total, es por eso que decidiremos realizar acciones que tengan bajos costes pero mucha carga visual y que llamen la atención del público. A continuación, en el apartado 4.3.1.4, se detallan las acciones que van a llevarse a cabo.

4.3.1.1 Los objetivos del evento

Atendiendo a las palabras del Señor Pérez-Portabella (1992) para que un determinado acto alcance los objetivos, es necesario que responda a varias cuestiones: qué es lo que se quiere decir, a quién se pretende decir, cuándo se dice y cómo vamos a hacerlo.

El objetivo principal del aniversario de la empresa es agradecer a todos los empleados y alumnos que han pasado por ella a lo largo de estos 25 años, su trabajo, esfuerzo y vitalidad, y sobre todo el apoyo y lo imprescindibles que han sido para que la empresa haya llegado al lugar en el que se encuentra actualmente. Pero no es el único objetivo, a través de todas las actividades que vamos a organizar queremos también enseñar el trabajo que los alumnos están realizando en las asignaturas que cursadas y dar a conocer la Escuela a nivel local y en toda la comunidad, así como motivar a profesores y alumnos en sus relaciones individuales y grupales y sobre todo como parte de una pequeña empresa.

Por otro lado, centrándonos en los beneficios económicos para la empresa, el aniversario que se organiza tiene que enfocarse principalmente a la captación de nuevos alumnos y a mantener informados a todos aquellos transeúntes que así lo requieran. Es necesario e imprescindible que con estas acciones el nombre de La Escuela de Diseño, se mantenga en boca de todos aquellos presentes en los actos y que se expanda la ilusión con la que en la empresa se estudia y trabaja, para que de esta forma los nuevos alumnos se inscriban con gran motivación y ganas de formar parte de esta comunidad.

Dependiendo de cada actividad, estas tendrán unos objetivos concretos, para ello se adjunta en los documentos anexos una tabla que habrá que completar para la organización de todas las acciones que se vayan a llevar a cabo.

4.3.1.2 Target

El público al que están destinados todos estos acontecimientos de los que hablaremos a continuación, enfocados principalmente en un mes de actuación, son alumnos y empleados de la propia empresa, los cuales han vivido y experimentado los años que ésta lleva trabajando para la formación de los estudiantes y la mejora de los servicios. Pero existen también ciertos actos, en los que el público objetivo son todas aquellas personas a las que les interese el diseño y las oportunidades que en La Escuela de Diseño se ofrecen, pues serán eventos abiertos a todos los públicos y a los que se podrá acudir sin cita previa ni invitación.

Por lo tanto, esquemáticamente, el *target* al que nos gustaría acercarnos durante la celebración de los veinticinco años de la empresa es:

- empleados
- alumnos
- futuros alumnos
- castellano-leoneses en conjunto

4.3.1.3 Calendario de eventos

En este apartado explicamos el calendario de actividades que hemos realizado para llevar un correcto trabajo, ordenado y clarificado para organizar los actos, días y mes. En él, se especifican todos los eventos decididos para la celebración del aniversario de la escuela. A continuación detallamos en qué consiste cada evento, su lugar de celebración, y como se ve en el calendario, la fecha en la que tendrá lugar.

Como acción previa a la especificación y organización de todos los actos que se explican a continuación, es importante establecer unas fechas de reuniones en las que podamos poner en común las ideas, métodos que se van a utilizar y la manera en que vamos a cumplir los objetivos que ya han sido expuestos. Estos días se establecer gráficamente en el calendario adjuntado en anexos y corresponden al mes de Abril. Durante los dos primeros miércoles del mes (días 6 y 13 de Abril) los comités se reunirán para detallar las actividades y realizar valoraciones de lo que se plantea hacer y lo que ya se ha hecho.

1. Actividades de Team Building, outdoor e indoor training, motivación y formación.

- Descripción del acto.

Estas actividades van a realizarse en las instalaciones de la empresa y las zonas exteriores más cercanas a ESI, tal y como puede ser el Parque situado en la Calle de Orlando, en el que se podrán realizar las actividades que requieran de espacios medioambientales y al aire libre. No se van a organizar en el mes del aniversario, sino que se harán dos semanas antes, puesto que

una de las actividades está enfocada en la celebración de los veinticinco años y es necesaria para la campaña. Estos ejercicios están principalmente dirigidos a que los empleados mejoren el trabajo en equipo, el compañerismo, la competitividad sana y las relaciones entre ellos, así como la motivación a la hora de trabajar en la Escuela de Diseño de Valladolid. Se formarán una semana antes tres equipos de juego y participaran todos aquellos empleados que lo deseen, siendo la actividad totalmente voluntaria, pero pedimos la máxima participación para que de esta forma los alumnos también vean que los profesores disfrutan trabajado y puedan aportar otro tipo de conocimientos en base a estos juegos.

Algunas de las actividades que los empleados van a realizar son de motivación como: gymkhanas temáticas, raids de empresa, acciones de supervivencia; de comunicación: copycats, scrabble humano, juegos de rol, gospel teaming; de creación, creación del spot de los 25 años de la empresa (la actividad necesaria para el aniversario), cooking and business, mural painting; de formación: equipos de rescate, circuitos de orientación, construcción en equipo, gabinete de crisis; y lúdico-deportivas como: campeonatos y ligas, juegos de diversidad, etc.

- Responsable del evento.

Los juegos y actividades van a ser organizadas por la empresa Extravaganza, profesionales del sector de la animación y actividades para empresas desde el año 2002, que tienen su sede en Madrid.

- Material necesario.

En cuanto a los materiales que van a ser necesarios no tendremos que preocuparnos por ellos puesto que al haber contratado a una empresa exterior, ellos serán los encargados de traer todos los aparatos y objetos necesarios para la realización de las actividades. El único material del que se encargará la Escuela será de la prestación de las instalaciones para lo que Extravaganza necesite

- Timing.

Como hemos comentado anteriormente, estas actividades van a realizarse durante el mes de Abril, en días previos a todas las actividades de comunicación en general. Para ello hemos establecido el timing que mostramos a continuación, el cual enviaremos a la empresa Extravaganza para organizar las actividades de acuerdo a las posibilidades de los participantes y a las de la Escuela.

Atendiendo a las indicaciones de los responsables de la actividad, serían necesarios cuatro días para completar todos los ejercicios, según los grupos que se van a organizar, tres en concreto. Es por eso que hemos decidido determinar dos viernes y dos sábados del mes, días en los que los empleados pueden utilizar unas horas para entablar una mayor relación con sus compañeros. Los tres primeros días de actividades serán para los tres grupos en las instalaciones de la empresa, y el último día se reunirán todos los participantes para realizar actividades en el exterior. Por lo tanto, los días elegidos han sido 15, 16, 22 y 23 de Abril, y el cronograma establecido y detallado se encuentra adjuntado en documentos anexos.

- Presupuesto.

El presupuesto que se va a destinar a estas actividades es de 300€, cantidad que se encuentra incluida en las cuantías económicas de formación de empleados que toda empresa tiene, es decir, en una suma de dinero que el Estado español asigna a las empresas para que se emplee en formación de los empleados, por lo tanto no se anotará en el presupuesto de la campaña de aniversario pero sí que se tendrá en cuenta en la revisión de los gastos y el cierre de la actividad empresarial a finales de año.

2. Road Show

- Descripción del acto.

Dentro de esta actividad, los responsables van a ir cada día a una ciudad de Castilla y León, para llamar la atención del público e informar. Los coordinadores se encargaran de documentar a todo aquel que pida ayuda y los alumnos, dos por grado, se encargaran de

realizar un trabajo en la calle de forma que todas las personas que se acerquen puedan ver qué es lo que en la Escuela de Diseño se imparte y cuáles son los trabajos que los futuros alumnos podrían hacer, además, si es necesario, los alumnos también contarán su propia experiencia (positiva) para atraer nuevos clientes.

Durante seis días se realizará una gira informativa y expositiva de estos alumnos y coordinadores, el primer día se irá a Salamanca por la mañana y Zamora por la tarde, el segundo día se encontrarán en Ávila por la mañana y Segovia por la tarde, el tercer día solamente visitarán Burgos, el cuarto día, por la mañana será para Soria, el quinto día León y finalmente el último día de campaña se centraran por la mañana en Palencia y por la tarde en Valladolid.

En relación con el transporte, los propios coordinadores y alumnos llevarán sus propios coches y se les pagarán, desde la empresa, los gastos de gasolina.

- Responsable del evento.

Los responsables de este evento, a parte del departamento de comunicación que es el encargado de la organización de todos los actos, son tres coordinadores de grado y siete alumnos voluntarios, es por eso que para tener éxito en la actividad necesitamos que los alumnos sean un número mayor para que puedan atraer a más interesados en los estudios y sobre todo personas de su misma edad o parecida.

- Material necesario.

Para el Road Show vamos a necesitar carteles y folletos para dar la información además de productos de merchandising para regalar a aquellas personas que veamos interesadas en nuestros estudios.

También vamos a necesitar dos coches para transporte a todas las ciudades que están organizadas a continuación en el timing. En los coches, propios de los coordinadores, viajarán tanto responsables de los grados como alumnos para poder realizar la actividad con éxito.

- Timing.

Esta gira se va a establecer durante la primera semana del mes de Mayo, puesto que de esta forma, los responsables podrán, además de informar de los grados, anunciar cuáles son las actividades que van a organizarse en los días siguientes y a las que todos los públicos podrán acudir.

Durante seis días se realizará una gira informativa y expositiva de estos alumnos y coordinadores, el primer día se irá a Salamanca por la mañana y Zamora por la tarde, el segundo día se encontrarán en Ávila por la mañana y Segovia por la tarde, el tercer día solamente visitarán Burgos, el cuarto día, por la mañana será para Soria, el quinto día León y finalmente el último día de campaña se centraran por la mañana en Palencia y por la tarde en Valladolid.

La actividad está ya organizada para los días 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de Mayo. La organización se puede observar detalladamente en el documento adjunto en anexos, Timing Road Show.

- Presupuesto.

Respecto al presupuesto que tenemos asignado a esta actividad es de alrededor de 1200 € en el que se incluye todo el material necesario, folletos, merchandising, carteles, stands, gasolina y gastos de transporte y la propina que se dará a los alumnos y profesores por haber realizado esta actividad, esta cuantía va a ser de 10 euros por día, 60€ en total.

3. Street Marketing.

Street marketing y Ambient marketing, como apunta García Campos de Quevedo (2008), son acciones realizadas en la calle que intentan atraer la atención de posibles consumidores mediante la combinación de presencia de marca con actuaciones lúdicas que impliquen al público, estas actividades tienen normalmente un gran contenido comercial realizado en múltiples formatos para reinventar eventos con presupuestos muy bajos.

Es, principalmente, una técnica de comunicación que consiste en la realización de actividades y actos en lugares públicos con el objetivo de promocionar eventos o servicios ofrecidos por empresas, bien sean públicas o privadas. Es una forma de marketing no convencional que aparece como evolución de antiguas acciones tales como personas llevando

carteles o disfrazadas, etc. Es importante que si se decide llevar a cabo una idea de Street marketing tiene que ser de gran creatividad, que llame la atención al público siendo una acción novedosa, en un lugar transitado a una hora en la que pueda volverse viral.

Para las acciones de Street Marketing vamos a centrarnos en una actividad por semana, para que durante todo el mes la Escuela de Diseño sea reconocida por la creatividad y la motivación que aporta a sus alumnos y que nace en la propia universidad. Es necesario que para poder llevar a cabo estos actos pidamos al Ayuntamiento un permiso para poder colocarnos en la vía pública de forma comercial, este permiso tiene un coste de 100 € y hay que solicitarlo 30 días hábiles previos al evento.

- Arte callejero

La primera de las actividades que vamos a realizar con alumnos actuales de la Escuela de Diseño consiste en una lona en blanco sobre la que se va a plasmar un diseño, que posteriormente se colocará en las instalaciones de la escuela, en el que se muestren los 25 años que lleva trabajando ESI Valladolid para dar una formación de calidad a sus alumnos, este diseño estará creado a base de grafitis, logotipos, diseños personales, etc. Además contaremos con otro mural de menor tamaño con un espacio para que las personas que se acerquen a recibir información y estén interesada en formar parte de la escuela, puedan mostrarnos sus dotes artísticas. Durante el evento también habrá un Dj para amenizar la tarde y un pequeño aperitivo para los participantes.

Los responsables en este caso serían el departamento de comunicación junto con los alumnos que deseen participar en el acto, es necesario que acudan alrededor de cuatro y seis alumnos para que llame más la atención de los viandantes y que entre todos podamos tanto participar en el diseño de la lona como informar a los que así lo requieran.

Respecto al timing, no se seguirá un cronograma específico como en las actividades anteriores, sino que se establecerán unos horarios en los que se vaya a realizar el acto. En este caso hemos decidido que el arte callejero va a ser el viernes 6 de mayo entre las 17:30 y las 19:30, coincidiendo con uno de los días finales del Road Show.

Los gastos de esta actividad están formados por el material, 50€, y un pequeño aperitivo, compuesto por patatas fritas, mini sándwiches de ensalada de cangrejo y de chocolate, aceitunas y pepinillos, cerveza y botellas de agua, ronda los 100€. Puesto que el Dj

será uno de nuestros alumnos, que actualmente cuentan con unas grandes capacidades de manejo de nuevas tecnologías y son grandes emprendedores en el mundo musical, el coste de la música que habrá en el evento es cero, los aparatos electrónicos necesarios los tenemos ya en la Escuela.

- Photocall.

Colocaremos un photocall en el que puedan colocarse los viandantes y hacerse una foto con vestidos que han sido diseñados por las alumnas de Diseño de Moda a lo largo de estos 25 años, de esta forma, todos podremos ver cuál ha sido el cambio generacional y de tendencias que la moda española ha sufrido en tan poco tiempo. En las inmediaciones de la Calle Santiago y las Plazas Mayor y Zorrilla, los alumnos de la escuela y todo aquel que quiera participar (previamente se ha informado vía redes sociales y se ha convocado un meeting con los participantes) realizarán un video en forma de flashmob, en el que se representen los valores de la Escuela y que pueda ser uno de los símbolos del veinticinco aniversario de la empresa. Este video corporativo lo rodarán profesores de la escuela con nuestro propio equipo, por lo que el gasto de grabación es cero.

Este será uno de los videos que se publicará en televisión como spot publicitario y que tiene unos objetivos importantes de viralización a nivel nacional. El video constará de desfiles con los trajes ya diseñados de personas que se acerquen a pedir información y quieran hacer un pequeño pase con nuestras creaciones, de esta forma el spot final será divertido y gustará más a los públicos, puesto que ellos son los principales participantes.

Los responsables del evento, en este caso, son la coordinadora del departamento de comunicación y las alumnas de Diseño de Moda. También podrá participar algún alumno de las demás titulaciones que vean la actividad interesante y que crea que puede aportar su granito de arena.

Esta actividad tendrá lugar el viernes 13 de Mayo en la calle Santiago esquina Constitución a las 17:30 y con una duración aproximada de dos horas. Nos parece importante que sea una de las primeras actividades puesto que es llamativa y puede captar a muchos públicos al igual que el arte callejero.

Habiendo mantenido una conversación vía email con una imprenta vallisoletana tal y como La Nacional, rótulos y sellos, y pedido un presupuesto ajustado a nuestras necesidades, el photocall tiene un coste de 75.50 €, con I.V.A incluido, y podrá ser utilizado en más de una ocasión para las actividades que vamos a ir realizando.

- Taller de confección y diseño.

Realizaremos el segundo fin de semana del mes de Mayo, un taller de confección y diseño que tendrá lugar en las inmediaciones de la Escuela de Diseño. Este taller será gratuito y para todos los públicos, el único requisito será apuntarse previamente para tener en cuenta el aforo y poder organizar de una forma profesional a todos los participantes. Para dar más peso a las capacidades creativas y de toma de decisiones de los alumnos, los estudiantes del grado en Moda y Gráfico, serán los encargados de enseñar a confeccionar pequeñas piezas y de revisar portfolios o dibujos que los participantes quieran enseñarnos. De esta forma valoramos tanto a nuestros alumnos como a los que podrían ser futuros alumnos.

El coste de estos talleres será únicamente del material que utilicemos, por lo tanto hemos destinado alrededor de 50€ para que se pueda diseñar y confeccionar al gusto del participante.

El taller se va a organizar para el sábado 14 de Mayo, siendo un día perfecto en cuando a tiempo libre de los interesados. La hora del evento son las 12:00 de la mañana para que en una hora y media o dos horas pueda haber finalizado y de esta forma no interrumpa posibles horarios de las familias.

- Publicidad comercial La Esquina.

Otra de las acciones es colocar en el bar/pub La Esquina en La Antigua en Valladolid, lugar al que acude un público joven y con posible perfil de diseñador o target en las edades comprendidas como público objetivo, un mobiliario de mesas y sillas para la terraza, diseñadas durante el mes de mayo por los alumnos del Grado de Diseño de Interiores de la Escuela de Diseño. El acuerdo realizado con el bar es que ellos nos permiten exponer nuestros diseños a modo de publicidad y decoración, pero a cambio nosotros tenemos que pagar los diseños y el mobiliario y publicitar su bar en redes sociales y en las propias instalaciones de la Escuela, e incluso contar con ellos para posibles fiestas de los alumnos o reuniones en un bar.

En esta actividad, los alumnos responsables son los del grado en Diseño de Interiores, pues son quienes crearan el mobiliario y quienes trabajaran durante bastante tiempo en ello, además tienen nociones de espacios y podrán colocar las mesas y sillas a su gusto en la terraza de La Esquina. Estarán en todo momento acompañados del coordinador de comunicación, así como en las demás actividades.

La idea se basará en unos diseños con material ecológico, tales como madera, cartón o materiales reciclados para que los costes sean menores y la creatividad mayor. El presupuesto destinado a esta acción es de 500€, puesto que hemos de diseñar y crear 10 mesas con 40 sillas.

Comenzaremos a colocar la terraza el viernes 20 de Mayo, cuando supuestamente ya empieza a hacer bueno en Valladolid, y tendrá la misma duración que tienen las terrazas en Valladolid, es decir, durante los meses de Verano, Junio, Julio y Agosto, y Septiembre. Tal y como se ha decidido en el departamento de docencia, los alumnos tendrán como parte práctica de una de las asignaturas esta actividad por lo que comenzarán con los diseños y primeros bocetos el 1 de abril, pudiendo entregar los trabajos finales el 30 para que estos sean valorados y se decida cual se exhibirá.

- Publicidad comercial Juanita Calamidad.

Para finalizar con las acciones principales del aniversario vamos a realizar, en Juanita Calamidad, pub de Valladolid, una campaña visual, con una duración de 4 horas, para que los alumnos mientras estén de copas y fiesta piensen que todo lo que les está rodeando ha sido creado por un diseñador, tanto la ropa que visten, como el lugar en el que esta o la cartelería y los logotipos que las marcas o la propia discoteca tiene como seña de identidad. La acción en este caso sería colocar un proyector que desde la parte de arriba enfoque al suelo, y las luces de colores y el logo de la escuela impacten con imágenes llamativas en el público que esté en el lugar.

Además habrá un stand en el que se repartirán regalos realizados por la empresa Delfín Regalos, todos los asistentes podrán tener flyers, pero aquellos que nos entreguen el ticket de haber consumido un cóctel arcoíris serán los que entren en el sorteo de nuestros regalos. Estos son: tres toallas de fitness con el logotipo de ESI Valladolid, 5 memorias USB con el logotipo y color corporativo de ESI Valladolid, un alcoholímetro sin logotipo para que los consumidores se den cuenta de que si beben no pueden utilizar el coche (siendo campaña de RSC para la Escuela de Valladolid), dos fundas de ordenador de 13 pulgadas y 15 pulgadas, dos entradas para dos personas para la Madrid Cibeles Fashion Week en Madrid y dos entradas para dos personas para la exposición de interiores Casa Decor, además un par de diseñadores gráficos profesionales estarán durante dos horas diseñando camisetas, 15 en total, que se

pueden conseguir al igual que todos los regalos anteriores con la consumición del cóctel especial.

Para llevar a cabo el sorteo introduciremos en una urna chapas de colores, en cada chapa estará el dibujo o palabra del regalo conseguido, habiendo también chapas de color que los participantes se podrán quedar pero que no tendrán regalo.

Las azafatas del evento irán vestidas en los colores corporativos de la Escuela de Diseño con trajes, sencillos, diseñados por los alumnos del grado de Diseño de Moda, los dos expertos en ilustración que estarán realizando los bocetos en las camisetas del público objetivos, llevarán una camiseta con el logotipo en la espalda.

El gasto total que conllevará esta actividad es de 400€ aproximadamente, en el cual se incluye todo el material utilizado, el personal necesario y el merchandising y productos de información.

La última acción de la campaña del veinticinco aniversario de la Escuela de Diseño se va a realizar el sábado 21 de Mayo con motivo del fin de exámenes globales del colegio y etapa de descanso antes de comenzar a estudiar para la prueba de acceso a la universidad. Por lo que nuestro target principal, jóvenes que terminan el colegio y quieren estudiar titulaciones de diseño, se encontrará ese día en ese pub, muy transitado en Valladolid.

4. RSC.

La Responsabilidad Social Corporativa es según Ricardo Fernández García (2009) un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra. Promueve el éxito de la empresa a través del desarrollo sostenible tanto económico como social o medioambiental.

- Campaña de reciclaje.

Principalmente destinada a establecer un acercamiento de alumnos y profesores con el medio en el que vivimos y la naturaleza que nos rodea. Esta campaña va a comenzar en el mes de mayo y continuará con posterioridad, todos los elementos que alumnos y profesores utilizan

para sus creaciones, tanto en las aulas como en el exterior, serán materia de reciclaje. De esta forma podemos dar a la empresa una imagen más medioambiental y ecológica, y además colaborar con alumnos y profesores para que adquieran un mayor conocimiento en relación a la naturaleza y el medioambiente terrestre.

- Donación de sangre.

Otra de las campañas que vamos a llevar a cabo a lo largo del año destinado para el aniversario, es una campaña de donación de sangre, cada tres meses, plazo establecido para volver a donar según la normativa legal, se invitará a los alumnos y profesores, así como administrativos y coordinadores de ESI Valladolid a acercarse al autobús de donantes de sangre de Valladolid en horario de trabajo y de esta forma poder contribuir a un aspecto social de ayuda a posibles enfermos y personas que tengan la necesidad de recibir este apoyo.

Se establecerá un horario para que cada clase pueda acudir, y se pedirá al centro de donantes de Valladolid que coloquen un autobús de donación en las cercanías de nuestras instalaciones para que de esta forma, como cortar las clases es muy complejo, solo necesiten de cinco minutos para donar, pues el autobús se encuentra cerca de la Escuela.

- Donación de alimentos.

Además, en relación con la ayuda a los más necesitados de la provincia de Valladolid, estableceremos una campaña de donación de alimentos para el Banco de Alimentos de Valladolid, para el cual, queremos recaudar una cantidad de alrededor de 1000kg durante un mes, por lo tanto es necesario que motivemos tanto a alumnos como empleados a que colaboren con la causa. El cartel para esta campaña lo creará un alumno de diseño gráfico y será específico para la campaña del campo de alimentos del año 2016, en el que por supuesto se añadirá el logotipo de la escuela puesto que es colaborador principal de esta campaña concreta.

- Recaudación de material escolar.

Por último, realizaremos una campaña para recaudar material escolar para niños necesitados, esta campaña se llevará a cabo durante todo el mes de Mayo, para que de esta forma, los niños que empiecen el curso en Septiembre puedan tener todos estos objetos imprescindibles para su año académico. Se pondrá un espacio de recogida, siendo éste unas cajas grandes, en el hall de las instalaciones, para que todo aquel alumno o visitante del centro pueda aportar su

granito de arena y podamos recaudar una gran cantidad de libros, cuadernos, reglas, cartabones, bolígrafos, etcétera para el curso siguiente.

5. Concursos.

No pueden faltar, al ser una Escuela de Diseño, concursos en los que los participantes, en su mayor parte alumnos, puedan obtener premios, descuentos e incentivos para continuar aprendiendo y haciendo lo que más les gusta, diseñar.

Para ello se van a organizar una serie de concursos en los que se incluye cartelería, decoración, interiorismo, logotipos, etc. En todos ellos, el ámbito de personas participantes estará abierto para todos los alumnos de las cuatro titulaciones. El único requisito que deberán cumplimentar es el de la entrega en los plazos correspondiente y las bases de cada concurso. Para establecer estas bases y presentarlas a los alumnos, así como adjuntarlas en la página web, se ha creado un documento corporativo que deberá incluir toda la normativa, según el momento en el que el concurso se lleve a cabo.

Para todos los concursos establecidos, el departamento de comunicación de ESI Valladolid entregara un pequeño briefing a los alumnos que van a participar para que a partir de los datos y el reglamento regulador, puedan dar rienda suelta a su imaginación y concursar. El jurado, totalmente objetivo, que determinará los ganadores de los concursos estará formado por cuatro personas, las cuales pueden variar dependiendo del concurso, pero principalmente serían: responsable de dirección docente, quién tiene como cualidades, aspectos técnicos del dibujo, un profesor de creatividad, que pueda dar su opinión respecto a la originalidad y creatividad del proyecto, la responsable del departamento de comunicación, quién sabe de marketing e identidad visual y que es quién ha entregado el briefing a los alumnos, y finalmente la directora gerente de la empresa, quién establece el posible premio o beca que obtendrá el alumno ganador.

- Cartel del 25 aniversario de la Escuela de Diseño de Valladolid.

Este será el primer concurso que se va a lanzar, cuya fecha es cuatro semanas antes del aniversario y tendrá un plazo de una semana, para que posteriormente podamos mandar el cartel a imprenta, los cuales tardan 5 días en tenerlos preparados, por lo que tendremos los carteles dos semanas antes de que comiencen las actividades. El premio que tiene este concurso es la beca de material escolar durante un curso completo, ésta beca está donada por

Almacenes Campillo, siendo éste nuestro proveedor de material, por lo tanto la beca recibirá el nombre de Beca Campillo.

El concurso tendrá unas bases especificadas en un folleto adjuntado como ejemplo en anexos y se presentará a los alumnos el viernes 1 de Abril, siendo la fecha de entrega el viernes 8. A partir de este momento, durante el fin de semana el jurado elegirá al ganador y el lunes 11 se envía a imprenta.

- Logotipo del 25 aniversario de la Escuela de Diseño de Valladolid.

Tal y como se ha aclarado previamente, es un concurso previo al mes de aniversario, puesto que el uso del logotipo es necesario para este mes. El premio con el que cuenta éste concurso es una beca de 300€ netos que la Escuela de Diseño ofrece al alumno ganador, quien podrá utilizar esa cantidad para lo que el desee.

El certamen se lanzará una semana antes que el cartel, para que los alumnos que creen los carteles puedan utilizarlo, por lo que se lanzará el día 28 de marzo, con entrega final el 1 de abril, para que durante el fin de semana los profesores y miembros del equipo de la empresa decidan cual es el que más se adapta a lo que quieren transmitir y se envíe a los participantes en el concurso del cartel.

- Concurso Diseño de Interiores.

La siguiente competición se realiza con motivo de la decoración de una de las aulas de la Escuela por parte de los alumnos del grado de Interiores, en el que se les facilitarán ciertos materiales y con ellos y mucha imaginación deberán crear un espacio para una de las aulas de nuestras instalaciones. El premio que éste concurso tiene es de la publicación de los nombres de los alumnos ganadores y la fotografía del espacio creado en la revista Interiorismo Plus y además el grupo de alumnos ganadores podrá asistir gratuitamente a la próxima edición de Casa Decor, exposición de diseñadores de interiores en Madrid.

La fecha elegida se encuentra dentro del mes de Mayo, y se ofrecerá la información el día 2, mismo día de comienzo de la campaña de reciclaje y de la road show, y se deberán entregar los bocetos de la decoración el día 9. De esta forma, la semana del 16 se decorará el aula elegida.

- Concurso Diseño de Moda.

Finalmente se realizará un concurso de conjuntos de moda que representen los veinticinco años de aniversario de la escuela, es decir, conjuntos en los que se puedan añadir tanto estilos como imágenes o complementos que se relacionen con la escuela y puedan mostrar a todos aquellos que no han vivido la experiencia, cómo ha funcionado la escuela y los diferentes estilos y sobre todo tendencias que nos han invadido a lo largo de estos años. Ésta creaciones se expondrán en las instalaciones durante finales de Mayo y Junio. Los ganadores obtendrán, además del reconocimiento por parte de la Escuela de sus diseños, una entrada para acudir a ver los desfiles de los diseñadores que más les gusten en la Madrid Fashion Week.

Respecto a las fechas de esta competición, serán idénticas a las del concurso de Diseño de Interiores, se darán las bases a los alumnos el 9 de Mayo para que entreguen los trabajos el 16.

6. La Gala del Diseño.

Para concluir con las actividades del aniversario, se realizará una fiesta en la Cúpula del Milenio, con aforo limitado a 350 personas y entradas en venta. El coste de la entrada será de 10 euros, de los cuales 5 irán destinados a la organización de éste último acto y los otros 5 se destinarán a la recaudación para el viaje de fin de curso de los alumnos de la Escuela de Diseño, quienes preparan cada año un viaje a un país europeo relacionado con el diseño.

En este caso el Ayuntamiento de Valladolid, en su afán por ayudar a jóvenes emprendedores y de convertir a Valladolid en una ciudad juvenil, moderna y del diseño, tal y como nos comentó Oscar Puente hace algunos días, nos cede las instalaciones a coste cero, con la condición de que en el photocall, las entradas y cartelera realizada para el evento, aparezca el logotipo del Ayuntamiento de Valladolid. El evento, con fecha 3 de Junio, Viernes, tendrá lugar a las 20:00 horas con finalización a las 23:30 y contará con un desfile de las alumnas de Diseño de Moda, la decoración del espacio a cargo de los alumnos de Diseño de Interiores y la cartelera, entradas, photocall y packaging diseñados para este evento específico por los alumnos de Diseño Gráfico. Durante el desfile, con una duración de media hora, un Dj invitado, Alex Nieto, de Valladolid, amenizará el ambiente con sus mixes. Una vez que haya finalizado el desfile, los asistentes podrán participar en el cóctel encargado a la empresa, Cuina catering de Valladolid, y de un grupo de música juvenil en directo como son, Grupo Insomnia, quienes amenizan las noches con rock antiguo.

Dentro de la organización del evento, formada por todos los comités posteriormente indicados y por todos los alumnos y profesores que quieran participar de forma voluntaria en ésta, y cómo se comentará posteriormente en el apartado de comunicación externa, es necesario, que tanto al comienzo como al finalizar las fechas de las actividades programadas se realice una reunión con los medios de comunicación en la que se les entregue documentación relacionada con las actividades, para que de ésta forma puedan , tanto cubrir los eventos que vamos a realizar como saber que desde la Escuela de Diseño se cuenta con ellos y se les trata de una forma personalizada y cordial.

El presupuesto aproximado que detallamos a continuación para la Gala es de 4500€, incluidos tanto el grupo musical como todo el catering y el material necesario para la organización del acto. Además y como hemos comentado anteriormente, el dinero que obtenemos de las entradas vendidas ya nos ayuda a soportar los costes del broche final de la comunicación experiencial y emotiva con una cantidad de 875 euros, siendo 5 que nos corresponderían por 175 invitaciones pagadas de las 350 de aforo limitado. Por lo tanto, el coste total de la gala para la Escuela sería de 3625€.

4.3.2 Equipos de trabajo

4.3.2.1 Comité técnico

El comité técnico está compuesto por empleados y alumnos de la Escuela que voluntariamente han decidido formar parte de la organización del veinticinco aniversario de la empresa. Al ser una empresa centrada en el sector del diseño, muchos de los profesores son profesionales de la arquitectura, el diseño de interiores, ingeniera, etc. Por lo tanto el equipo técnico será de gran nivel y calidad.

Estará formado por alrededor de 8 personas encargadas principalmente en el montaje de los escenarios que se van a utilizar para las actividades, para recibir y atender a los medios de comunicación siempre que estos lo requiera, siguiendo unas pautas para la transmisión de información (principalmente se ocuparán de atender a los medios en los aspectos técnicos) y además se responsabilizarán tanto de grabar como de hacer fotografías a todas las actividades que se realicen a lo largo del mes de mayo 2016.

4.3.2.2 Comité ejecutivo

El comité ejecutivo está formado por los altos cargos de la empresa, aquellas personas encargadas de tomar decisiones acerca de lo que se puede hacer o no y de los presupuestos, miembros responsables de aceptar o denegar la celebración de los actos. Está principalmente formado por la presidenta de la empresa, la vicepresidenta y el miembro con el cargo más alto dentro de cada equipo organizativo, en este caso el jefe técnico y la coordinadora de comunicación y eventos.

El comité ejecutivo tendrá asignado en el calendario dos días de reunión al mes, durante los 9 meses de organización, para que los coordinadores de los otros dos comités vayan informando de las acciones que se están llevando a cabo, el dinero que éstas requieren y que reciban el visto bueno por parte del presidente y vicepresidente de la empresa.

4.3.2.3 Comité administrativo

Este último equipo de trabajo está formado por los administrativos de la empresa, contables en su mayoría, y la responsable de Recursos Humanos principalmente, pero una vez o dos al mes, habrán de reunirse, al igual que el comité ejecutivo, con los responsables del comité técnico y la responsable de comunicación, para que estos puedan informarles de las medidas que van a llevarse a cabo y que el comité administrativo les informe de los presupuestos existentes y sobre todo del material con el que la empresa ya cuenta para hacer sus actividades.

El equipo de administración se encargará también de realizar todos los pagos oportunos, tanto a los proveedores de materiales o servicios como a los alumnos participantes en las actividades del road show o todo aquel que requiera de un pago económico o material. Serán así mismo los responsables de la organización y declaración del presupuesto final y de las medidas de seguridad que habrá que establecer para todas y cada una de las actividades que van a realizarse.

4.3.3 Comunicación

4.3.3.1 Comunicación interna y evaluación

Como final de las actividades de aniversario, es necesario que en la empresa, internamente, se realice un estudio de evaluación, de esta forma analizaremos la repercusión y si los objetivos

que se habían propuesto han sido o no alcanzados. Para poder realizar este estudio es necesario que recopilemos información durante este mes y no nos dejemos ningún detalle. Los documentos que debemos recopilar porque serán de gran ayuda son; noticias de periódicos, noticias en radio o en televisión, nuevas inscripciones de alumnos tanto para Grados como para cursos especializados, un análisis DAFO realizado por los organizadores de la empresa y un análisis ROI, para saber si la inversión realizada en el proyecto ha sido rentable. Estos documentos nos van a permitir mejorar determinados aspectos para futuros eventos y sobre todo conocer las opiniones de los participantes en todas nuestras actividades.

Además, algunos de los métodos que vamos a utilizar para poder llevar este control de actividades y calidad es una encuesta online para observar la forma en la que el público ve y puntúa las actividades que hemos realizado, cuál es su opinión y cuáles son sus consejos, de esta forma las ideas que ellos tengan se pueden llevar a cabo para años próximos en actividades que vayamos realizando, sin estar relacionadas con el aniversario.

Por otro lado, y de forma más interna de cara a la empresa, es interesante que aparte de realizar un encuesta sencilla, determinemos una forma de evaluación más divertida, esta consiste en: cada empleado y alumno deberá escribir en un post-it 3 palabra clave que resuman el aniversario, pueden ser tanto buenas como malas, y se van colocando en un muro, cuando todos las hayan escrito el encargado de comunicación las recoge y las analiza, haciendo un informe de ello.

En el apartado Anexos, se adjunta un posible modelo de encuesta numérica, con valores del 1 al 5, siendo 1 insatisfecho y 5 muy satisfecho.

4.3.3.2 Comunicación externa

En cuanto a comunicación externa de los meses de actividades respecto al aniversario, es importante que fijemos diferentes medios de comunicación para cada actividad, pues alguna de estas acciones necesitará expandir la información a través de medios convencionales como pueden ser periódicos o revistas, pero otras, la gran mayoría, necesitaran estar al día en redes sociales e internet, y otras de ellas se realizaran a través de factor sorpresa en zonas transitadas de la ciudad y en las que nadie pueda pasar de largo por el acto.

Principalmente vamos a basar nuestra comunicación externa en una publicación para El Norte de Castilla, con coste cero, tras haber realizado un previo acuerdo con el departamento de diseño del periódico castellano leonés en el que los alumnos de la escuela

les proporcionan ciertos diseños para las actividades que ellos realizan. Lo que El Norte de Castilla nos ofrece es una publicación trimestral de forma gratuita durante un año, de esta forma podremos publicar el calendario de actividades públicas y actos que vamos a llevar a cabo a lo largo del mes de aniversario de la Escuela de Diseño, ESI Valladolid.

Respecto a la comunicación enfocada a un target más amplio, vamos a basarnos en redes sociales, tales como LinkedIn, Facebook, Twitter, Youtube y Vimeo, a partir de esta comunicación 2.0 y bajo el nombre de La Escuela de Diseño, vamos a intentar que todas las acciones que realizamos consigan ser viralizadas, intentando, tal y como decía David Segura, cofundador de Double You, en una de sus ponencias sobre marketing líquido, captar a los usuarios tanto emotiva como emocionalmente, trabajando para alcanzar una cierta expansión, significando ésta que el acto llegue al mayor número de gente posible, a través de la realización de actividades espontáneas a tiempo real.

Por lo tanto, el presupuesto destinado a comunicación es muy bajo, siendo las publicaciones en prensa gratuitas gracias a la colaboración que tiene la Escuela de Diseño con el Norte de Castilla, explicada anteriormente, y la comunicación enfocada a redes sociales, puesto que las RR.SS son una forma actualizada de comunicación que permite alcanzar públicos muy amplios y con costes muy bajos. Es importante destacar, que todos los carteles que se realizaran para las diferentes acciones, en los que se van a destinar 500€ de los presupuestos de comunicación, estarán efectuados por alumnos de diseño gráfico de la Escuela, por lo tanto el único coste del marketing externo realizado por la empresa será de la impresión y tirada de cartelería para las diversas actividades que se desarrollaran.

El último miércoles del mes de Abril, se realizará una pequeña conferencia para informar acerca de las actividades que van a realizarse para el aniversario, enseñar el calendario de actividades y ofrecer una guía con todas ellas. Informar acerca de la Escuela de Diseño, sus estudios y el tiempo que llevan en el sector de educación. (Hablan Gerente, Directora y coordinadora de comunicación). Se avisa a los medios de comunicación y en una breve rueda de prensa se explica cómo vamos a organizar todas las actividades y que vamos a contar con la ayuda y participación del ayuntamiento en algunas de ellas, también estará presente el Alcalde de Valladolid, quien hará una breve introducción de las facilidades que el ayuntamiento ha ofrecido para la realización de las actividades.

Es importante que antes de establecer esta cita con los medios de comunicación tengamos ciertos aspectos en cuenta: hay que avisar tanto a medios de comunicación como personalidades con antelación, mediante una nota de prensa e invitación personalizada para

los medios, y mediante un email e invitación personalizada a autoridades. Es además importante que todo el proceso que lleva la rueda de prensa se difunda en redes sociales y en streaming para que todo aquel interesado pueda conocer cuál es el calendario de actividades.

La rueda de prensa tendrá lugar el miércoles 27 de abril a las 11:00 de la mañana, para que de esta forma en el mes de Mayo se puedan concentrar todas las demás actividades. La fecha elegida nos parece la más adecuada para que tanto medios como personalidades puedan acudir sin ningún tipo de problema, de hecho, se les avisará alrededor de tres semanas antes, mandándoles el lunes anterior un recordatorio.

Por la tarde, el mismo acto se realizará para alumnos y todos los interesados en las actividades que va a llevar a cabo la Escuela de Diseño, en la calle, abierto a todos los públicos, y solamente hablará la coordinadora de comunicación. Se entregará a cada persona que acuda una guía con todas las actividades y una bolsa de gominolas de colorines (1 por color de aula), cuyo coste es de 0.50 € por bolsa. Por lo tanto se gastarán alrededor de 20€.

Como broche final de todas las actividades que se han ido realizando a lo largo de estos meses, el último acto a desarrollar será una rueda de prensa en la que se va a informar del final de los eventos. A esta reunión acudirán los medios de comunicación locales y personalidades de la provincia de Valladolid, de esta forma se concluirá el aniversario y además se difundirá el evento organizado.

A continuación se detalla la lista de medios de comunicación a los que se les debe enviar tanto nota de prensa como invitación, para las actividades que así lo requieran.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	PROVINCIA
El Norte de Castilla	Valladolid
El Día de Valladolid	Valladolid
Tribuna de Valladolid (prensa online)	Valladolid
El Mundo, Diario de Valladolid	Valladolid
Gente	Valladolid
Ondacero	Valladolid

Kiss FM	Valladolid
Los cuarenta principales	Valladolid
Radio Televisión de Castilla y León. La 8 Valladolid.	Valladolid
Redes sociales	Linkedin. Facebook. Vimeo. Periscope. Twitter. Instagram. Youtube.

4.3.4 Presupuesto

El presupuesto con el que contamos para realizar la celebración de estos veinticinco años impartiendo formación es de 10.000€. Dentro de este presupuesto hemos de incluir todas las actividades de comunicación que vamos a realizar, así como el material con el que tenemos que contar para la preparación de estos actos.

Es por eso que hemos realizado una tabla con los cálculos aproximados de gasto por actividad, detallando en qué se invierte y cuál es el total, dentro del presupuesto, para cada actividad.

A continuación se adjunta una tabla referente a los gastos en las actividades del veinticinco aniversario, siendo la siguiente tabla los gastos en comunicación interna y externa de la empresa. Además, en anexos, se adjuntan tablas en formato Excel de cada actividad detallada, para que se puedan ver los costes de cada uno de los materiales necesarios para su realización.

ACTIVIDAD	MATERIAL A UTILIZAR	COSTE TOTAL (I.V.A INCLUIDO)
Team Building	Empresa Extravaganza (dos monitoras)	300€
Road Show	Coche, roleros, merchandising, folletos, carteles y propinas de alumnos (7x60)	1200€

Arte Callejero	Lona, pinturas, mural.	150€
Photocall	Photocall	75.50€
Taller	Telas recicladas, agujas, hilos.	50€
La Esquina	Palets, pintura.	500€
Juanita Calamidad	Material publicitario, azafatas, diseñadores, camisetas.	400€
Gala del Diseño	Cóctel, grupo música, escenario, dj.	3625€
GENERAL	Folletos y cartelería, merchandising, impresión y pegada de carteles.	3300€
Beca de concurso		300€
TOTAL		9900.5€

5. Conclusiones

Celebrar un aniversario con todos los actos que éste conlleva, significa que la empresa con la que hemos estado trabajando ha conseguido mantenerse en pie durante veinticinco años. Veinticinco años de esfuerzo, trabajo en equipo, ilusión, atención a los alumnos y trabajadores, de quehaceres constantes para conseguir una mejora continua y sobre todo veinticinco años de relaciones entre todas las personas que forman parte del equipo de La Escuela de Diseño, ESI Valladolid.

Asimismo, es importante destacar la trayectoria histórica que lleva ESI a sus espaldas, los comienzos de la empresa, en el año 1990 cuando sus promotoras se adentraban en el mundo empresarial muy jóvenes de edad, el inicio de curso y todos sus respectivos trámites, los primeros alumnos, en su gran mayoría de edades superiores a las de los trabajadores de la empresa, los cambios de estos trabajadores a lo largo de los años, las nuevas incorporaciones, la adaptación a las nuevas exigencias del mercado, las transformaciones de los planes de

estudio en pro del seguimiento de los conocimientos transmitidos y adquiridos por los alumnos y la mejora curricular de los mismos, la incorporación de estudios de grado equivalentes a estudios universitarios en las cuatro modalidades del diseño, así como la incorporación de estudios de máster en moda, gráfico e interiores. Todo esto, nos lleva a tener contenido, ideas y trayectoria suficiente, las cuales nos permiten establecer un planteamiento en relación con la celebración de un veinticinco aniversario.

Esta idea, surge por el ímpetu que hoy en día el equipo que forma La Escuela de Diseño siente respecto a la necesidad de comunicar al exterior todo lo que son y quieren transmitir. Por eso dotamos a este evento de un gran contenido extraído de la experiencia vital y enfocado a una comunicación más cercana al cliente. Una comunicación que como hemos comentado a lo largo del trabajo se ha dirigido hacia la emocionalidad y emotividad, puesto que son dos aspectos comunicativos que están en auge en estos años, y con los que la atención del público objetivo es más sencilla de captar.

El aniversario de los veinticinco años de la Escuela de Diseño de Valladolid conlleva, por lo tanto, una organización preestablecida y minuciosa para la realización de las actividades decididas. Por lo tanto, es necesario que además de contar con un gran equipo de trabajo que se involucre en la causa y sea fiel con los plazos y trabajos a realizar, el coordinador de comunicación y responsable del éxito de la campaña, tenga ciertos conocimientos y sea especializado en la organización de eventos y el protocolo. Como hemos visto a lo largo del documento, son muchos los autores que escriben, dan pautas, ejemplos y sobre todo consejos para la organización de un evento exitoso. Gracias a ellos contamos actualmente con listas enumeradas y tablas de organización que podemos utilizar y seguir para que cualquier persona responsable, organizada y puntual, características imprescindibles en este mundo empresarial, pueda guiarse para celebrar una actividad que necesite de organización previa.

Tras el trabajo realizado para este proyecto, ha sido interesante enfocar la investigación en relación con la organización de eventos y protocolo y las propias ideas del alumno. Un alumno creativo a la hora de establecer pautas para estructurar un acontecimiento, un alumno con capacidades y habilidades organizativas, puntualidad y competencias de trabajo en grupo y liderazgo, un alumno con ilusión en el proyecto y con una gran parte de su tiempo dedicado a éste. Un alumno con confianza en la celebración de los veinticinco años y que quiere que las acciones salgan a la perfección y cumplan con sus objetivos.

El proyecto ha sido principalmente aportado para la creación y organización de una serie de actos enfocados a la celebración del aniversario de una empresa española, empresa del sector terciario y relacionada con la educación y oferta académica, que puedan posteriormente llevarse a cabo por parte de dicha empresa. Es un trabajo que puede perfectamente servir de guía para futuras acciones de comunicación estratégica relacionadas con el street marketing, campañas de responsabilidad social corporativa o establecimiento de concursos.

Es importante destacar, que previamente a la decisión del proyecto, se conocía a la Escuela de Diseño, ESI Valladolid, y se sabía, como hemos comentado anteriormente, que querían dar un giro a la comunicación. Dar un giro en tanto que la comunicación que realizan actualmente está enfocada a los medios convencionales tales como radio y cartelería, y los propósitos son llegar de una forma más económica y efectiva a los públicos objetivos a través de acciones llamativas y redes sociales. Desde la organización se comentó que les parecía interesante centrarse en actividades de street marketing, además de cartelería y otras acciones que ya realizan, es por eso que todo este trabajo ha sido enfocado a los actos con posible viralización gratuita a través de redes sociales y medios de comunicación, tales como televisión o radio.

Como se ha comentado a lo largo de los párrafos previos, los objetivos principales que hemos de conseguir atendiendo a las necesidades generales de la empresa y las específicas del evento, son de viable y sencillo cumplimiento, las pautas en relación con la organización y planificación de eventos han sido detalladas a lo largo de éste trabajo y, lógicamente, basadas en autores expertos en la materia y profesionales del sector, quienes a través de sus escritos, ideas y directrices han contribuido en el establecimiento de unas pautas claras y definidas que han permitido conseguir los objetivos instaurados. Además se han utilizado estos pasos para realizar nuestra propia campaña de comunicación, paso a paso, según nos marcaban libros y documentos de autores, enfocada, como ya hemos dicho antes, a la celebración de un acto dividido en varios días en una mediana empresa de Valladolid.

En cuanto a los objetivos específicos que teníamos con esta campaña, vamos a celebrar acontecimientos enfocados a los veinticinco años de historia de la empresa, organizando acciones comunicativas dotadas de imagen de marca y de las que nos sentimos orgullosos, hemos establecido y diseñado un calendario de actos, el cual está adjuntado como documento anexo, en el que se puede ver de forma clara y concisa todos los eventos que vamos a llevar a cabo, hemos creado una campaña visual, emotiva y emocional enfocada a

llamar la atención de los ciudadanos, y sobre todo de nuestro público objetivo y por supuesto trabajaremos para conseguir un trabajo en equipo a través de la participación de tanto alumnos como profesores y personas de la organización, quienes se han mantenido ilusionados y se han involucrarán con todas las acciones realizadas.

Como conclusión de las acciones establecidas, se siente que será una celebración de un veinticinco aniversario participativa (por parte de alumnos y empleados), bien organizada y estructurada, con sus timings, responsables y presupuestos y el diseño y pegada de cartelería y reparto de folletos y sobre todo exitosa. El trabajo de fin de grado es por lo tanto, en este caso, un paso más allá en relación con la organización de eventos y determinados aspectos protocolarios o de comunicación, y sobre todo un apoyo para futuras acciones que desde el departamento de comunicación de La Escuela de Diseño, ESI Valladolid se planteen poner en marcha.

Como conclusión personal tanto para la empresa como para el propio alumno, este proyecto nos aporta modelos de comunicación estratégica y social basada en normativas establecidas por autores reconocidos y quienes conocen el sector sobre el que estamos trabajando, en relación a la comunicación y la organización y planificación de eventos.

La Escuela de Diseño, ESI Valladolid necesita una guía que establezca ciertas pautas de actuación a la hora de organizar un acto o actividad, bien desarrollada internamente para el equipo de trabajo de la empresa, bien para el público objetivo y ciudadanos de la comunidad de Castilla y León. Es por eso que las acciones analizadas son de elaboración sencilla, influencia comunicativa alta y llamativa, aspecto fundamental en la campaña de la empresa, y de costes enfocados a un presupuesto previo general. De hecho, nos hemos ajustado a la perfección al presupuesto determinado en un primer momento, siendo éste de 10.000€ y correspondiendo el coste total y final de las acciones de 9.900,50€.

En cuanto a la aportación que hace el proyecto al alumno, es una trabajo práctico que ha permitido la creatividad y la plasmación de ideas del estudiante, pero a su vez es un documento que conlleva ciertos aspectos teóricos sobre los cuales sido necesaria una investigación de la materia y sobre todo un conocimiento de autores relacionados con la organización de eventos y protocolo, quienes han sido de gran ayuda para las decisiones del alumno y sobre todo para tomar ciertas pautas a la hora de establecer los informes y escaletas que van a ser una de las partes más importantes de la comunicación. Todos los actos que se han determinado están enfocados al cumplimiento de objetivos, por lo que el alumno ha

aprendido a determinar acciones en relación a una información previamente analizada y que debía ser de obligado cumplimiento o alcance.

Es por esto que ha sido un proyecto educativo con el que el alumno ha aprendido a organizarse, comunicativamente hablando, y a enfocar ciertas acciones estratégicas en relación a unas pautas preestablecidas, y con el que la empresa podrá, si es necesario, basarse en las actividades y la información de este documento para realizar futuras actividades de comunicación.

6. Lista de Referencias

- Benito Sacristán, N (2011) *Guía de Estilo, Protocolo y Etiqueta en la empresa*.
- Berridge, G. (2007). *Events Design and Experience*. Editorial Butterworth-Heinemann
- Campbell, F, Robinson, A, Brown, S, Race, P (2005) *Essential Tips for organizing conferences and events*. Great Britain: London and Sterling, VA.
- Celeste, A. (2014). *Reglas básicas de cortesía que te abrirán puertas*. El Diario. Acceso el 20 de Julio de 2015 en <http://www.eldiariony.com/reglas-basicas-cortesia-abriran-puertas>
- De Urbina, J. A. (2001) *El gran libro del protocolo*. Editorial Temas de Hoy.
- Fernández del Moral, J. (2004) *El papel de la empresa en la función pedagógica de los medios de comunicación en la sociedad de la información*. Empresa y sociedad civil. Madrid: Fundación Iberdrola.
- Fernández García, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa Una nueva cultura empresarial*. Editorial Club Universitario.
- Fuente Lafuente, C. (2006). El contenido de los actos y las funciones de los organizadores en *Manual Práctico para la Organización de Eventos*. Madrid: Ediciones Protocolo.
- Fuente Lafuente, C. (2006). La planificación general de un acto protocolario y sus fases en técnicas de organización de actos. En, *Manual de protocolo actualizado* (pp. 180-200). Madrid: Ediciones Protocolo.
- García Campos de Quevedo, G & Fuente Lafuente, C. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI*.
- García Campos de Quevedo, G. (2008). El presupuesto. En, *Producción de eventos, la puesta en escena del protocolo* (pp. 225-262). Madrid: Ediciones Protocolo.
- García Campos de Quevedo, G. (2008). Las etapas. En, *Producción de eventos, la puesta en escena del protocolo* (pp. 405-442). Madrid: Ediciones Protocolo.
- Jijena, R. (2004). *ABCD Eventos El diccionario de los eventos*. Argentina: Nobuko.
- López Nieto, F. (2006). *Manual de Protocolo*. (pp. 179-195), (5ª ed.). Barcelona: Editorial Ariel.

Marín Calahorro, F. (2004). *El protocolo en los actos de empresa: la gestión de eventos corporativos*. La Fragua.

Martínez Guillén, M^a. C. (2007). *Manual básico de protocolo empresarial y social*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Mendoza, M. (no-data). El Street Marketing y cómo nos ayuda a las ventas. *Revista Business Woman*, pp 38-39. <http://www.monicamendoza.com/images/stories/docs/monica-mendoza-revistabusinesswoman-street-marketing.pdf>

Pérez-portabella, J. (1992). *Relaciones públicas, no son relaciones públicas*. Barcelona: Consejo superior de relaciones públicas de España.

Villarrubias, F.A. (2010). *Tratado de protocolo nacional e internacional: heráldica, vexilología y emblemática de organismos internacionales y metodología y formación*. Editorial Nobel.

Lista de referencia online

Blasco, J. Etapas para la organización de un evento. [Weblog]. Acceso el 8 Mayo de 2015 a las 19:20, from <http://biblioteconomiados.blogspot.com.es/2010/10/etapas-para-la-organizacion-de-un.html>

Brotherhood boat. (2015). Bateau-pedagogique. Acceso el 15 de Mayo de 2015 a las 17:55 en <http://www.bateau-pedagogique.com/1-238-273-317/El-Comite-tecnico.htm>

Delfín Regalos. Acceso el 6 de Junio de 2015 a las 11:00 en <http://www.delfinregalos.net/index.php?cat=41&fam=672>

Double you. (2015). Double You. Acceso el 6 de Mayo de 2015 a las 22:00 en <http://www.doubleyou.com/>

Premios Eubea. Acceso el 8 de Mayo de 2015 a las 18:15 en <http://www.eubeafestival.com/>

Premios Eventoplus. Acceso el 8 de Mayo de 2015 a las 18:30 en <http://www.eventoplus.com/premios-eventoplus/>

Premios FIP. Acceso el 8 de Mayo de 2015 a las 18:45 en <http://www.fipfestival.com.ar/NuevaWeb/Home.html>

Real Academia Española (RAE). Acceso el 20 de Julio de 2015 a las 18:30 en www.rae.es

RTVCYL. Acceso el 2 de Junio de 2015 a las 14:00 en <http://www.rtvcyL.es/entorno/PublicidadTV.pdf>

Team Building Formación. Xtravaganza. Acceso el 19 de Mayo de 2015 a las 12:26 en http://www.xvaganza.com/docs/pdfs/TEAMBUILDING_FORMACION_01.pdf

7. Anexos

- Tabla Tips for organizing events.
- Tabla de objetivos de un evento.
- Timing Team Building.
- Timing Road Show.
- Calendario de actividades de Abril.
- Calendario de actividades de Mayo.
- Modelo de encuesta.
- Merchandising.
- Modelo de invitación a las actividades.
- Ejemplo de Nota de Prensa.
- Folleto informativo.
- Ejemplo de documento corporativo.
- Ejemplo para bases de un concurso.