

Anexo 2. Estudios de caso

Elisenda Estanyol i Casals
Sandra Ferrer Conill
Elvira Garcia
Rosa Garriga Mora
Teresa Pallàs
Fernando Pesci Bosch
Elisabet Pont Prat
Elisabet Vila Vinós

PID_00193407

Tiempo mínimo previsto de lectura y comprensión: **6 horas**





Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-Compartir igual (BY-SA) v.3.0 España de Creative Commons. Se puede modificar la obra, reproducirla, distribuirla o comunicarla públicamente siempre que se cite el autor y la fuente (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), y siempre que la obra derivada quede sujeta a la misma licencia que el material original. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Índice

Introducción.....	5
1. Acto de graduación, Universitat Oberta de Catalunya.....	7
2. Acto de celebración del décimo aniversario de Tous en México.....	17
3. ABC Technology Company, Inc. World Wide Sales Conference.....	22
4. Desert Run 2011.....	30
5. La Nit de la Construcció, CAATEEB.....	38
6. Jornada Técnica de Retail Comertia.....	49
7. Acto de constitución de la nueva Corporación Provincial organizado por la Diputación de Lleida.....	58

Introducción

En este anexo encontraréis la descripción de siete estudios de caso de acontecimientos reales que han sido redactados por sus responsables. Veréis que hemos intentado reunir acontecimientos de diferentes tipologías, para tener una visión más completa de todo el abanico de actos que a lo largo de nuestra carrera profesional podemos llegar a organizar.

Todos los estudios de caso siguen una misma estructura. En primer lugar se hace una breve presentación de la situación de partida, para entender el contexto en el cual se desarrolla el acontecimiento. Seguidamente se presentan los objetivos, para conocer cuál es la finalidad de organizar el acto en cuestión. En tercer lugar se describe brevemente la acción, para conocer los detalles organizativos. Y, finalmente, se hace un resumen de la valoración de los resultados logrados, para verificar si se han conseguido los objetivos propuestos. Por último, se incluye en algunos casos documentación adicional, para ver ejemplos reales del tipo de herramientas que empleamos los organizadores de acontecimientos para planificar y desarrollar nuestro trabajo.

La compilación de casos incluye actos organizados por diferentes marcas y organizaciones, desde empresas privadas, hasta asociaciones e instituciones públicas.

En primer lugar, encontraréis la descripción de un acto del cual en el futuro formaréis parte: el **acto de graduación** de nuestra universidad, la **Universitat Oberta de Catalunya (UOC)**. Nos encontramos ante un acto académico, que ha tenido que adaptarse al creciente número de graduados de la universidad. A pesar de tratarse de un tipo de acto que organizan la mayoría de universidades, en el caso particular de la UOC es uno de los más significativos para sus protagonistas, puesto que se trata de uno de los pocos actos presenciales en los que se encuentran alumnos, acompañantes, miembros del rectorado, profesores y colaboradores docentes.

Conoceréis también los detalles de cómo se organizó el **décimo aniversario de Tous en México**. En este caso la empresa optó para contratar una agencia especializada en México, que organizó una fiesta rodeada de fantasía, decorada con tonos suaves y con detalles románticos e impactantes para transmitir los valores de la marca. Al acto acudieron numerosas *celebrities* y consiguió una gran repercusión mediática.

Otro estudio de caso versa sobre una conferencia de ventas de la empresa **ABC Technology Company, Inc.** El foco se centra en ver el sistema que empleó la empresa subcontratada **ROI Institute** para hacer una evaluación de los resultados de la conferencia (reacción, satisfacción, retorno de la inversión, etc.).

Como ejemplo de acontecimiento turístico-deportivo encontraréis la descripción de la **Desert Run**, una carrera organizada en el desierto, que incluía también actividades lúdico-culturales en Marruecos. Vale la pena fijarse en todos los detalles que se tuvieron en cuenta con el objetivo de sorprender y cuidar a los participantes y a sus acompañantes.

Para ver cómo se organiza un acto de entrega de premios con cena para más de 800 personas, encontraréis como ejemplo **La Nit de la Construcció**, que organiza anualmente el Col·legi d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació de Barcelona (CAATEEB) y que se ha convertido en un punto de encuentro en el ámbito de la construcción, la arquitectura y el urbanismo.

Un acto organizado por una asociación, en este caso la Associació Catalana de l'Empresa Catalana del Retail Comertia, es el centro del estudio de caso **Jornada Tècnica de Retail**. El acto, organizado por la Agencia Setting, reunió a numerosos empresarios y contó también con la presencia de autoridades, personalidades y medios de comunicación.

Un ejemplo de acto protocolario es el que encontraréis en el último estudio de caso, que lleva por título **Acto de constitución de la nueva Corporación Provincial**, organizado por la Diputación de Lérida. En él encontraréis los detalles del sistema de ordenación aplicado, y valiosos ejemplos de los modelos de invitación, el programa y el guion del acto.

Por último, cabe agradecer a los autores de los casos, Sandra Ferrer, Elvira Garcia, Rosa Garriga, Teresa Pallàs, Fernando Pesci, Elisabet Pont y Elisabet Vila, su colaboración en la elaboración de estos materiales didácticos.

1. Acto de graduación, Universitat Oberta de Catalunya

a) **Situación de partida.** Todos los años, la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) organiza un acto de graduación que incluye a los graduados de los estudios homologados y de los estudios de másteres propios y posgrados. En este acto se invita a los familiares para que estén cerca de los graduados en un día tan especial. Se pretende celebrar la culminación con éxito de mucho tiempo de trabajo y esfuerzo.

En la edición 2010-2011, había 6.909 graduados repartidos por el planeta a quienes convocar. Se decidió organizar un acto en Madrid para acoger a la mayoría de los graduados de fuera de Catalunya y tres actos en Barcelona por el alto volumen de asistencia de graduados y acompañantes. A estos actos suelen asistir entre cuatrocientos y quinientos graduados y sus acompañantes. En Madrid, la asistencia es más baja, con unos trescientos graduados por acto.

Los **espacios** elegidos fueron los siguientes:

- la Sala Sinfónica en el Auditorio Nacional de Música de Madrid, con capacidad para dos mil doscientas personas y con una asistencia prevista de mil personas.
- Sala Pau Casals del Auditorio en Barcelona, con capacidad para dos mil personas y asistencia prevista de mil ochocientas personas por acto.

Por lo que respecta a los **públicos**, los graduados finalizan en febrero y en julio; así pues, los primeros hace tiempo que no se conectan, por lo que hay que llegar a ellos por medio de invitaciones físicas.

Se tiene que buscar un padrino para cada acto (Madrid y Barcelona), así como un representante de graduados para cada uno de los días (uno en Madrid y tres en Barcelona).

Otro de los públicos protagonistas son los directores de estudios y los jefes de programa, que también viven un gran momento, puesto que este acto es el resultado de su trabajo, el sentido de su día a día. Agradecen mucho participar en este acontecimiento.

b) **Objetivos.** Los objetivos del acto se podrían resumir en los siguientes:

- Culminar los estudios con la asistencia al acto de graduación.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Sandra Ferrer Conill, técnica de Relaciones Públicas de la Universitat Oberta de Catalunya.



Acto de graduación 2010-2011.

- Hacer que el graduado se sienta importante dándole su minuto de gloria, y permitirle compartir este acontecimiento con las personas que quieren y que más han “sufrido” sus estudios en la UOC.
- Hacer que el graduado se sienta participe de la UOC, crearle un sentimiento de pertenencia más allá de los estudios, alentarle a formar parte de Alumni y animarlo a seguir formándose; en definitiva, hacer que se sienta cercano a la Universidad.
- Entregar un presente conmemorativo que solo obtienen quienes asisten al acto y hacer que el graduado se sienta satisfecho del discurso del padrino, que tiene que orientar a los nuevos graduados en su futuro.
- Mostrar a los miembros académicos como personas físicas, no solo virtuales, hacerlos cercanos, acercarlos a su público.
- Relacionar a los graduados con la rectora y el vicerrector durante la copa de cava. Darles la oportunidad de hacerse fotos con ella, en el presente, con un simple logo de la UOC detrás.
- En definitiva, hacer que los graduados se sientan UOC.

c) Descripción de la acción.

Antes del acto, se llevaron a cabo las acciones siguientes:

- Establecer un calendario de acciones y tiempos.
- Reservar agenda rectora y Auditorio.
- Avisar a todos los departamentos implicados para que reserven el día y empiecen a calentar motores.
- Redactar la invitación y diseñarla.
- Redactar información de la web y enviarla para actualizarla.
- Recoger los datos de los graduados para introducirlos en el sistema de inscripción y que no pueda inscribirse nadie más.
- Redactar un mensaje de felicitación de la rectora y crear los buzones de correo.
- Abrir el buzón gradact@uoc.edu para recoger cualquier pregunta, sugerencia o problema que tengan los graduados sobre el al acto.

- Traducir todas las comunicaciones al español (a partir del año próximo, se tendrán que traducir al inglés y al francés).
- Avisar a Servicios Generales para tener preparados siete mil sobres físicos de la rectora para enviar las invitaciones.
- Contratar una empresa de logística que dará soporte a la organización.
- Contratar el *catering* y al fotógrafo.
- Contratar a los presentadores del acto.
- Visitar los espacios con el servicios de audiovisuales de la UOC para las cámaras, pantallas, resolución de vídeos...
- Contratar a la coral y pactar las piezas que se cantarán durante el acto.
- Hablar con el padrino del acto y pactar el tiempo que durará su discurso.
- Identificar, junto con los estudios, a los posibles graduados representantes y ponerse en contacto con ellos.
- Visitar el espacio con la empresa de logística por todo el tema de imagen y montaje de *stands* durante el acto y para la organización del *check-in* y contratación de personal externo para ocuparse de ello.
- Configurar el guión de cada acto.
- Confirmar la asistencia del consejo de gobierno, directores de estudios y de programa y darles las indicaciones de cada acto.
- Tener en cuenta cuántos graduados asistirán a cada acto y avisar a sus directores de programa.
- Responder a las dudas del buzón gradact@uoc.edu e ir revisando el número de acompañantes para controlar el aforo al Auditorio.
- Ocuparse de que el presente conmemorativo esté a punto.
- Controlar el presupuesto.

En el día del acto, se tienen que llevar a cabo las siguientes acciones:

- Adjuntar el guión de uno de los actos de Barcelona (escaleta, guión técnico).

- Adjuntar el programa de protocolo para las autoridades.
- Enviar un correo electrónico a los directores de estudios y de programa con las indicaciones del acto.
- Recibir a los graduados representantes y hacer que se sientan todavía más importantes.
- Recibir al padrino del acto y al consejo de gobierno y llevarlos a la zona reservada para ellos.
- Estar pendiente de los diferentes equipos que forman el acto: *check-in*, sala, audiovisuales y protocolo. Cuando estos finalizan su tarea, se da la señal de comienzo del acto.

Después del acto, todavía se tendrán que llevar a cabo las acciones siguientes:

- Recoger facturas y pagar a todos los proveedores.
- Cerrar el presupuesto total de los actos.
- Enviar un correo electrónico de agradecimiento a todas aquellas personas de la casa que han colaborado con la UOC de parte de la jefa de Relaciones Institucionales.
- Empezar a trabajar en la web después del acto haciendo el álbum fotográfico y colgando en YouTube los vídeos relacionados con el acto.
- Detectar errores en el acto que *a posteriori* nos ayudarán a modificar algunos puntos de la organización.

d) Valoración de los resultados. La asistencia cada año se incrementa, este año en Barcelona se ha tenido que hacer una sesión más.

Hay que recoger y analizar las sugerencias de los graduados expresadas a lo largo del propio acto o después de este por medio del buzón.

Hay que reunirse con la empresa de logística y los grupos internos de la universidad para ver qué mejoras se pueden conseguir el año siguiente si se hiciera algo diferente.

Hay que informarse de si algún medio de comunicación ha cubierto el acto, a pesar de que no se trate del objetivo principal.

Hay que tener presente que Comunicación Interna, Audiovisuales y Alumni han reunido a un gran número de graduados para trabajar, entrevistarlos, grabarlos... Los graduados se muestran interesados en colaborar, y eso es una valoración positiva. Han salido contentos del acto y hacen “lo que sea” por la UOC en aquellos momentos. Están felices.

Vídeo del acto de graduación

Podéis ver los detalles del acto en el vídeo colgado en YouTube “Graduació UOC 2011”.



Vídeo “Graduació UOC 2011”.

e) **Documentación.** Como muestra de la documentación del acto, a continuación os presentamos una ficha técnica del evento, el programa de autoridades y el guión del acto.

Enlace recomendado

Encontraréis toda la información sobre los actos de graduación de la UOC, así como fotografías y vídeos, en la página web www.uoc.edu/graduacio/2011.

Acto de graduación de Barcelona

Viernes, 25 de noviembre del 2011
16.30 horas
Sala Pau Casals, Auditorio
c/ Lepant, 150

Orden de entrega y asistentes

1. Ciencias Empresariales, **Fernando Álvarez**, 273 graduados
2. Turismo (licenciatura y grado), **Joan Miquel Gomis**, 53 + 2 graduados
3. Ciencias del Trabajo, **Angels Fitó**, 43 graduados
4. ADE (licenciatura), **Fernando Álvarez**, 75 graduados
5. ADE (grado), **Carolina Hintzmann**, 9 graduados
6. ITM, **Elisabeth Ruiz**, 37 graduados
7. Máster en Prevención de riesgos laborales, **Xavier Baraza**, 9 graduados

Información

15.50 Llegada y acreditación en la mesa de GESTIÓN DE AUTORIDADES
16.25 Preparación fila comitiva directores de estudios
16.30 Inicio del acto

La entrada se hará con el Consejo de Gobierno y el padrino bajo el himno de la UOC. Los directores y directoras de estudios y de programa se sentarán en el escenario durante todo el acto. La mesa de presidencia estará a su lado.

Este año no se entregarán títulos, sino un **regalo conmemorativo** del acto, por tanto todo el mundo obtendrá el mismo documento. Se trata de una litografía realizada única y exclusivamente para los graduados, a cargo del dibujante Perico Pastor. Durante la entrega, el presentador les pedirá que se incorporen a la presidencia para recibir a sus graduados. Por favor, cuando se añadan a la mesa, no saluden a los miembros de la presidencia para evitar perder tiempo.

Orden del acto

Bienvenida de la rectora
Intervención musical
Discurso de Llorenç Valverde
Entrega
Intervención musical
Padrino del acto: Sr. Joan Antoni Melé, subdirector general de Triodos Bank
Representante de graduados: Albert Sánchez Somolinos, máster en Prevención de riesgos laborales
Discurso de la rectora
Foto de grupo
Copa de cava

Ficha técnica del acto.

Acto de graduación de la Universitat Oberta de Catalunya en Barcelona

Día: 25 de noviembre del 2011
Lugar: Sala Pau Casals, Auditorio
c/ Lepant, 150
Hora: 16.30

Programa

16.35 h. Bienvenida rectora
16.37 h. Intervención musical
16.40 h. Discurso Sr. Llorenç Valverde
16.43 h. Entrega de regalos conmemorativos
17.30 h. Intervención musical
17.35 h. Discurso del padrino del acto, Sr. Joan Antoni Melé, subdirector general Triodos Bank
17.50 h. Representante de graduados, Sr. Albert Sánchez Somolinos, del máster en Prevención de riesgos laborales
17.55 h. Discurso rectora
18.05 h. *Gaudeamus igitur*
18.10 h. Foto de grupo
18.15 h. Copa de cava

Programa de autoridades.

Guión del acto

Horario	Concepto	Descripción y textos del acto	Luz y sonido	
15.00 h	Montaje.	Mesas de acreditación. Vinilos puertas exteriores.		
14.00 h	Encuentro en el Auditorio.	Coordinación general: Sandra Ferrer. Montaje y personal Ayni: Marisol Casablanca. Coordinación <i>check-in</i> : Antonio Ponce / Marina López. Coordinación sala y escenario: Patricia Pérez. Regiduría sala: Joan Fornas. Autoridades: Meritxell Santiago / Blanca Andreu. Responsable técnico: Ramon Martínez.		
14.30 h	60'	Montaje.	1. Mesas de acreditación. 2. <i>Stand</i> Alumni. 3. Comprobación y asignación <i>walkies</i> . 4. Mesas de manipulación de títulos (<i>back office</i> escenario). Sillas en el escenario 7. 5. Gobos y mesa de sonido. 6. Zona vip. 7. Llegada orfeón. 8. Llegada flores.	
14.30 h	15'	Preparación <i>check-in</i> .	Equipo de <i>check-in</i> preparado.	
15.15 h	30'	Ensayo.	Orfeón Atlántida.	
15.00 h	90'	<i>Check-in</i> .	(A. Ponce / M. López) Inicio de la acreditación y acogida.	
15.30 h	15'	Pruebas sonido.	Presentadores + graduado representante.	
15.45 h		Apertura sala.	(J. Fornas) Apertura de puertas a la sala y comienzo distribución. Música: ambiente. Luz: general.	
15.45 h		Llegada autoridades y rectora.	(M. Santiago / B. Andreu).	

En negrita está el texto de la presentadora

Horario		Concepto	Descripción y textos del acto	Luz y sonido
16.00 h		Llegada padrino.	(M. Santiago) Acompaña a zona vip	
16.00 h	15'	Instrucciones a autoridades.	(I. Picallo, M. Santiago) Reunión con consejo de gobierno, directores y directoras de estudios: 1. Protocolo: dónde se tienen que poner en la mesa (entre quién y quién). 2. Protocolo: no saludar al dejar la mesa. 3. Orden de entrega de los títulos. 4. Instrucciones para la foto final.	
16.20 h		Comprobación salida emergencia.	El Auditorio comprueba que la puerta de emergencia de la escalera Lepant está abierta para poder pasar con la comitiva.	
16.20 h		Check-list final. Definición inicio acto.	(P. Pérez) Comprobaciones finales previas al inicio del acto: 1. Protocolo (I. Picallo / Meritxell Santiago). 2. Cierre de <i>check-in</i> (A. Ponce). 3. Títulos (M. López). 4. Sala (J. Fornes). 5. Cabina (R. Martínez).	
16.25 h		Aviso auditorio.	"El acto está a punto de empezar, rogamos desconecten los teléfonos móviles."	
16.25 h	5'	Inicio.	1. (personal Ayni) Los miembros del orfeón están detrás del escenario. 2. (M.Santiago / M. Valero) Sitúa a los miembros de consejo de gobierno y directores de estudios.	Música: desaparece.
16.30 h	3'	Entrada autoridades.	1. (R. Martínez) Himno de la UOC. 2. (M. Santiago) Las autoridades entran en la sala por el patio de butacas y acceden al escenario. 3. Las autoridades se sientan en los lugares asignados. 4. (R. Martínez) El himno desaparece lentamente.	Marcamos el inicio con sonido y luz. Música: himno (muy fuerte, a mucho volumen).
16.33 h		Bienvenida rectora.	"Buenas tardes a todo el mundo y bienvenidos. Es para mí un placer presidir esta ceremonia solemne de graduación de la promoción 2010-2011 de la Universitat Oberta de Catalunya."	Luz: escenario.
16.38 h	3'	Intervención musical.	Orfeón Atlàntida.	Luz: escenario + coro.
16.41 h	2'	Presentador.	"Acabamos de escuchar <i>Viva la Vida</i> de Coldplay, interpretada por el Orfeón Atlàntida bajo la dirección de Murat Khúpov. Nos acompañan en el escenario: <ul style="list-style-type: none"> el doctor Pere Fabra, vicerrector de Ordenación académica y profesorado; la doctora Àngels Fitó, directora de Estudios de Economía y Empresa, y los directores y directoras de los diferentes programas. Presiden el acto: <ul style="list-style-type: none"> la Sra. Imma Tubella, rectora magnífica de la Universitat Oberta de Catalunya; el Sr. Joan Antoni Melé, subdirector general de Triodos Bank, y el doctor Llorenç Valverde, vicerrector de Tecnología y secretario general de la UOC. Toma la palabra el doctor Llorenç Valverde."	Luz: Escenario + atril
16.43 h	5'	Secretario general	Discurso del secretario general.	Luz: escenario + refuerzo mesa.

En negrita está el texto de la presentadora

Horario	Concepto	Descripción y textos del acto	Luz y sonido
16.48 h	Presentador. <i>Entrega de presentes.</i>	<p>"A continuación se realizará la entrega de los presentes conmemorativos de la celebración del acto de graduación. Esta parte del acto puede parecer pesada, pero para todos es la más emotiva.</p> <p>Así pues, ahora los graduados y graduadas iréis subiendo al escenario. Atended por favor a las indicaciones de los regidores de sala, que os acompañarán hasta aquí, y respetad el orden en que se os llamará, que es el mismo en el que estáis sentados.</p> <p>Sugerimos que los aplausos se den al final de la entrega de cada programa.</p>	Luz: general + refuerzo mesa y atril. Azafata de escenario: entra con las litografías.
	45' <i>Entrega de títulos.</i>	<p>"Empezamos con la entrega de los presentes conmemorativos de la Diplomatura de Ciencias Empresariales. Nos acompaña su director de programa, el doctor Fernando Álvarez. (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario ..." (nombres) 273 graduados</p> <p>"Por la Diplomatura de Turismo, nos acompaña su director de programa, el doctor Joan Miquel Gomis. (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario ..." (nombres) 53 graduados</p> <p>"Pasamos ahora al Grado de Turismo. Pedimos que suban al escenario..." (nombres) 2 graduados</p> <p>"Por la licenciatura de Ciencias del Trabajo, nos acompaña la directora de los estudios de Economía y Empresa, la doctora Àngels Fitó . (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario ..." (nombres) 43 graduados</p> <p>"Para la entrega de los presentes conmemorativos de la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas nos acompaña de nuevo su director de programa, el doctor Fernando Álvarez. (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario ..." (nombres) 75 graduados</p> <p>"Entregamos ahora el Grado de Administración y Dirección de Empresas. Nos acompaña su directora de programa, la doctora Carolina Hintzmann . (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario..." (nombres) 9 graduados</p> <p>"Pasamos a la Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado. Nos acompaña su directora de programa, la doctora Elisabeth Ruíz. (Esperar que se coloque junto a presidencia.) Pedimos que suban al escenario ..." (nombres) 37 graduados</p> <p>"Por último, entregamos los presentes conmemorativos a los graduados del Máster en Prevención de riesgos laborales. Nos acompaña su director, el doctor Xavier Baraza. (Esperar que se coloque junto a presidencia) Pedimos que suban al escenario..." (nombres) 9 graduados</p>	Luz: General + refuerzo mesa y atril. Música: ambiente. Proyección entrega.
	Suben las incidencias, si las hay.		Marisol Casablanca: situar al coro detrás del escenario.
17.30 h	3' Intervención musical.	Orfeón Atlàntida	Luz: escenario + refuerzo orfeón. Proyección orfeón.

En negrita está el texto de la presentadora

Horario		Concepto	Descripción y textos del acto	Luz y sonido
17.33 h	1'	Presentador.	"Hemos escuchado el <i>Himne dels Pirates</i> de la obra <i>Mar i cel</i>, de Albert Guinovart, interpretado por el Orfeón Atlàntida bajo la dirección de Murat Khúpov. Toma ahora la palabra el señor Joan Antoni Melé, subdirector general de Triodos Bank y padrino de esta graduación."	Luz: escenario + refuerzo atril Música: desaparece.
17.35 h	15'	Padrino.	Discurso del padrino. Habla desde el atril.	Luz: escenario + refuerzo atril.
17.50 h	1'	Presentador.	"Ahora, en nombre de todos los graduados y graduadas, toma la palabra el señor Albert Sánchez Somolinos, que hoy ha recogido su presente conmemorativo como graduado del Máster en Prevención de riesgos laborales."	
17.51 h	3'	Graduado.	Discurso del graduado. Habla desde el atril.	Luz: baja y se proyecta directamente después de aplausos.
17.54 h	1'	Presentador.	"Y para cerrar este acto, toma la palabra la señora Imma Tubella, rectora magnífica de la Universitat Oberta de Catalunya."	Luz: general + refuerzo mesa.
17.55 h	10'	Conclusión rectora.	Palabras de la rectora.	Luz: general + refuerzo mesa.
18.05	2'	Presentador. <i>Gaudeamus.</i>	"A continuación, y como corresponde en un acto académico de esta relevancia, cerraremos el acto escuchando el <i>Gaudeamus Igitur</i>. Cuando el Orfeón Atlàntida acabe su interpretación, rogamos a los graduados y graduadas que continuéis de pie en vuestro lugar. Quienes ahora se encuentran en el escenario bajarán al patio de butacas y desde el escenario haremos la fotografía de grupo. Esta fotografía, junto con las de cada uno de los graduados y graduadas en el momento de la recogida de su presente conmemorativo, estarán a finales de diciembre a vuestra disposición en el Campus Virtual. Nos reencontraremos todos en la pérgola del Auditorio, donde se ofrecerá una copa de cava. Para acabar, pues, podéis poneros en pie para escuchar el himno <i>Gaudeamus igitur</i>, interpretado por el Orfeón Atlàntida. Gracias a todos por vuestra asistencia". Intervención del Orfeón Atlàntida. Tema: <i>Gaudeamus igitur</i> , Duración: 2'	Luz: escenario + refuerzo atril + refuerzo orfeón + refuerzo mesa. Marisol Casablanca: orfeón preparado detrás del escenario.
18.12	3'	Foto de grupo.	Las autoridades y los directores de estudio y de programa bajan al patio de butacas para incorporarse a la foto de grupo.	Luz: general.
18.15		Final.		Luz: general. Música: ambiente.

En negrita está el texto de la presentadora

2. Acto de celebración del décimo aniversario de Tous en México

a) **Situación de partida.** En el 2001 Tous llegó a México por medio del Palacio de Hierro. En el 2009 tuvo lugar la apertura de su *boutique* en la avenida Presidente Masaryk, con la que Tous tenía presencia en la calle donde se encuentran las tiendas de más lujo. Diez años después de su llegada a México, este país se ha convertido en el segundo mercado más importante para la marca a nivel mundial. Se confirmó la visita de los señores Tous, que querían agradecer personalmente a México esta trayectoria. Deseaban compartir este gran festejo con cada una de las personas que les habían seguido de cerca y reafirmar su compromiso con el mercado mexicano. Para celebrar el décimo aniversario de Tous en México, se encargó a la agencia Neta Comunicación la organización de una fiesta. Teniendo siempre presentes los valores de Tous, se pensó en realizar un evento diferente y memorable digno de dicha celebración.



b) **Objetivos.** Celebrar diez años de ternura, magia y emoción, durante los cuales hemos contado con todo el apoyo de un gran público al que agradecemos su fidelidad y confianza.

c) **Descripción de la acción.** La idea fue llevar a todos los invitados a un lugar muy especial, un espacio natural y tranquilo que les diera la impresión de salir de la ciudad y ser transportados a un jardín maravilloso repleto de magia y sorpresas.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Fernando Pesci Bosch, director de negocio de Tous para Latinoamérica y El Caribe.

10
TOUS
MÉXICO

Basándonos en el concepto de lo que queríamos lograr, teníamos que encontrar un lugar que reuniera ciertas características, entre ellas una localización que nos permitiera recrear un ambiente de magia, de cuento de hadas, y que fuera un espacio abierto que se pudiera transformar con luces, decoración, sonido y los elementos naturales del lugar.

Después de varias visitas a lugares que se propusieron en la mesa de trabajo, el sitio idóneo para realizar el evento fue la isleta del Lago Menor del Bosque de Chapultepec, ya que nos permitía acondicionarlo según lo que buscábamos, y más cuando la opción era estar en medio del lago, con lo que este se convertiría en uno de los elementos principales.

Una vez elegida la localización en la mesa de trabajo, realizamos una lluvia de ideas para la producción del evento:

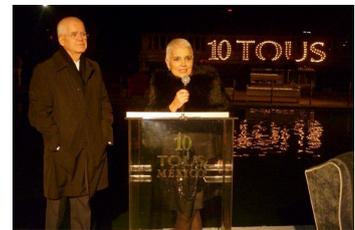
- Aprovechar el lago utilizando pequeñas lanchas para trasladar a los asistentes a la isleta.
- Conseguir presencia de marca de forma original.
- Crear un pastel gigante como icono de celebración.
- Trasladar a los invitados de una caótica ciudad a un mundo de fantasía.
- Crear un ambiente lleno de dulzura y colores suaves que reflejaran la esencia de Tous.
- Tener varios escenarios específicos, la recepción, sala de prensa, entrevistas, comida, sonido, plantilla.
- Un momento emotivo que se lograría con las palabras del Sr. Tous seguidas de las tradicionales “mañanitas”.
- Tener lanchas alegóricas que llevarán un neón de “TOUS 10”.

En cuanto a la ambientación, se propuso que esta creara una atmósfera que transportara a todos los asistentes a un cuento de hadas en el que reinaran la naturaleza, los colores y el encanto. Se decoró con tonos pastel, bombones, paletas, caramelos, cientos de luces y un pastel de tres metros de alto para conseguir una celebración perfecta, siempre pensando en un evento que representase el júbilo y el romanticismo de la marca, resaltando todos sus valores.



El pastel de tres metros de alto culminó una celebración perfecta.

Para su celebración, los señores Tous fueron los anfitriones de la fiesta, y Salvador Tous pronunció un discurso. El momento más emotivo de la noche definitivamente llegó cuando una banda instrumental, que apareció en varias lanchas en medio del lago, tocó las “mañanitas”. Junto a la banda flotaba un bote alegórico con un pequeño letrero que nos recordó la trayectoria de Tous en tierras aztecas.



Los señores Tous fueron los anfitriones de la fiesta.



El momento más emotivo fueron las mañanitas tocadas por una banda instrumental que apareció en medio del lago.

d) Valoración de los resultados. Logramos una gran cobertura en los medios de comunicación, con una asistencia de treinta y siete medios. Asimismo, el acto contó con la presencia de destacadas *celebrities* y *socialités*.



El acto contó con la presencia de destacadas *celebrities*.

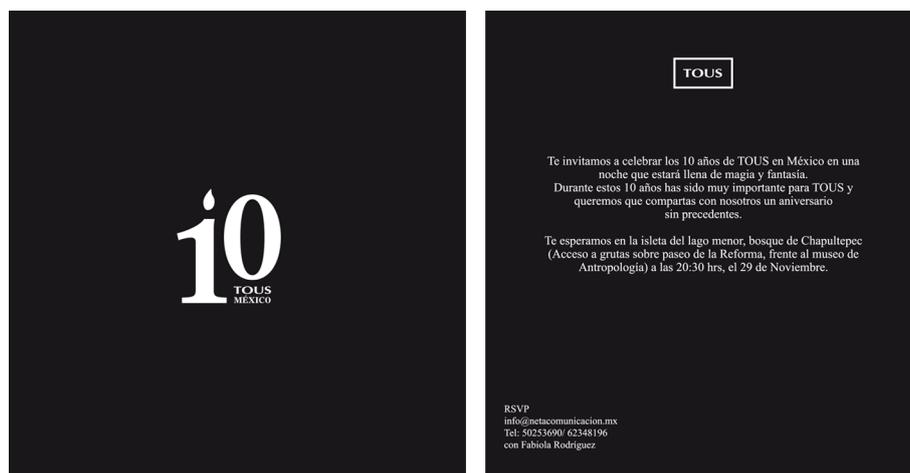


Distintos medios se hicieron eco del evento: *Cosmopolitan*, *Elle* y *Hola*.

e) **Documentación adicional.** Como muestra de la documentación del acto, a continuación os presentamos una ficha técnica del acto, la invitación para la prensa y el discurso de Salvador Tous.

Ficha técnica	
Fecha	Miércoles 23 de noviembre en Ciudad de México.
Locación	Isleta Menor del Lago de Chapultepec.
Catering	Brochetas de arrachera con salsa de chile morita, camarones con coco y mango, cazuelitas de pato con mole, nevaditos de atún, entre otros, acompañado de vinos, tequila, vodka, whisky y ron.
Invitados	Más de trescientos asistentes se dieron cita, entre los que encontraremos prensa, personalidades, vips, celebridades, gente de la marca y clientes.
Horario	15.30 h a 2.00 h
Producción	The Room Service

Ficha técnica del acto



Invitación para la prensa.

Discurso de Salvador Tous

Queridos amigas y amigos, buenas noches a todos, espero que estén disfrutando mucho de esta fiesta, tanto como nosotros.

Para mi familia y para mí hoy es un día muy especial porque celebramos los diez años de la primera apertura en México, un país que nos recibió con las puertas abiertas y donde nos sentimos como en casa.

En estos diez años hemos conseguido muchos logros juntos: ya tenemos cincuenta y cinco puntos de venta en toda la República, estamos en las principales calles y centros comerciales del país, somos una marca Totalmente Palacio, nuestras ventas posicionan a México hoy como el primer mercado internacional para Tous.

Pero sobre todo, hemos logrado hacer muchos y buenos amigos, gente que ha confiado en nosotros, que nos ha acogido con el corazón y que ha hecho propio al osito, hoy un icono nacional y que ha traspasado las fronteras de la joyería y de la moda.

Nosotros sobre todo queremos transmitir un mensaje: que sí se puede; que si uno hace las cosas con pasión y con amor, todo es posible; nuestros productos están dirigidos a la familia, nuestras joyas no tienen edad, y sobre todo, que vale la pena honrar esos sentimientos y valores que nos inspiran y queremos transmitir a través de nuestras colecciones, tan arraigados en México: la infancia, la ternura, la madre, en fin, la familia...

En nombre de mi mujer y de mi hija aquí presentes, hemos venido fundamentalmente para daros las gracias por estos diez años y por confiar en nosotros.

Os deseo a todos una muy feliz Navidad, ¡salud!

3. ABC Technology Company, Inc. World Wide Sales Conference

Este caso fue desarrollado por Terri Breining, CMP, CMM, directora de Breining Group, LLC (Breining Group está asociado con ROI Institute, Inc.). En él se ejemplifica la aplicación de la metodología ROI, desarrollada por el ROI Institute™. Esta metodología proporciona una fórmula demostrada para medir y evaluar diferentes ámbitos, desde simples reacciones a un evento hasta la determinación del impacto de negocio, y finalmente el ROI.

El principal objetivo de esta conferencia fue el de incrementar las ventas. No disponían de ningún *benchmark*¹ en cuanto a aumento de ventas, pero establecieron un objetivo de impacto de negocio de incrementar el beneficio de clientes ya existentes en un diez por ciento, un cinco por ciento en el caso de nuevos clientes y un ROI del cien por cien.

En general, los resultados fueron muy positivos, ya que cumplieron los objetivos en todos los aspectos excepto en la implementación. Los asistentes estuvieron muy satisfechos y se sintieron compensados y motivados. Los mensajes clave fueron bien recibidos y entendidos. Aunque algunas de las estrategias presentadas en la conferencia no se implementaron hasta el nivel deseado, el impacto de negocio fue muy alto, con 4,9 millones de dólares de incremento de beneficio directamente atribuibles a este evento. Para un evento que costó 1,6 millones de dólares de ejecutar, eso supone un ROI del doscientos por cien.

a) Situación de partida. ABC Technology Company, Inc. llevó a cabo un impacto de estudio del ROI para su Conferencia Mundial de Ventas (WWSC) celebrada en Cancún, Mexico.

ABC Technology organiza anualmente una reunión internacional de ventas para aproximadamente doscientos de sus empleados. Los asistentes son altos ejecutivos, comerciales de ventas e ingenieros de alto nivel, y muchos viajan desde otros países. El objetivo de la conferencia es proporcionar un resumen de los logros del año anterior, recompensar a los empleados clave por sus contribuciones y comunicar los objetivos para el año siguiente con un enfoque en las estrategias de ventas y nuevos productos. El formato de la conferencia es una combinación de sesiones generales, reuniones entre los equipos de ventas y técnicos, y actividades recreativas.

b) Metodología. El ROI Institute ha establecido una metodología para la medición y evaluación exhaustiva de un evento. Se incluyen seis tipos de mediciones:

- **Nivel 1:** la reacción y la satisfacción.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Concepts Worlwide, Inc. y traducido por Rosa Garri-ga Mora, Event ROI Institute. Experta en técnicas de evaluación de eventos.

⁽¹⁾El *benchmark* es el punto de referencia.

- **Nivel 2:** el aprendizaje.
- **Nivel 3:** la aplicación y puesta en práctica.
- **Nivel 4:** el impacto de negocio.
- **Nivel 5:** el retorno de la inversión.
- También se estudian las medidas intangibles, aunque no es un nivel designado.

Utilizando el plan de recogida de datos y el plan de análisis desarrollado por el ROI Institute, llevamos a cabo un proceso de evaluación y planificación para determinar lo siguiente:

1. los objetivos de negocio de la conferencia;
2. los datos y medida para cada objetivo;
3. la fuente, el método y el calendario de recogida de los datos;
4. el sistema para aislar el impacto de la conferencia, y
5. el sistema para convertir los datos en un valor monetario.

Se obtuvieron los costes completos del programa y luego se aplicaron las fórmulas establecidas para determinar la ratio beneficio/coste y el ROI de la conferencia. La aplicación de los principios guía creados por el ROI Institute aseguran que los resultados son exactos y creíbles.

c) Proceso

1. Identificación de objetivos

- Impacto en el negocio (nivel 4). El principal objetivo de negocio de la conferencia era aumentar los ingresos. Se identificaron dos formas para lograrlo y se aplicó un objetivo cuantificable para cada una de ellas:
 - Aumentar las ventas de nuevos clientes en un cinco por ciento.
 - Aumentar las ventas de los clientes existentes en un diez por ciento.
- Objetivos de aplicación/ejecución (nivel 3). Con el fin de lograr los objetivos de impacto ya mencionados, los participantes en la conferencia tenían que aplicar nuevos comportamientos. Se identificaron las siguientes áreas y medidas:
 - El ochenta por ciento de los asistentes deberá aplicar la nueva estrategia de ventas a menudo o muy a menudo.
 - El ochenta por ciento de los asistentes deberá aplicar la nueva estrategia de mercado a menudo o muy a menudo.
 - El ochenta por ciento de los asistentes deberá aplicar la estrategia de nuevos productos a menudo o muy a menudo.

- El ochenta por ciento de los asistentes deberá promocionar las nuevas características del producto y los beneficios a menudo o muy a menudo.
- El ochenta por ciento de los asistentes deberá aplicar las nuevas habilidades de venta a menudo o muy a menudo.
- **Objetivos de aprendizaje (nivel 2).** El propósito de la reunión fue proporcionar a los asistentes los conocimientos y las habilidades necesarios para aplicar después del evento con el fin de aumentar las ventas. El objetivo de aprendizaje establecido fue entender la nueva y actualizada estrategia de ventas. Los resultados mostraban lo siguiente:
 - Que el ochenta por ciento de los asistentes estuviera satisfecho o muy satisfecho con su comprensión de la nueva estrategia de ventas.
 - Que el ochenta por ciento de los asistentes estuviera satisfecho o muy satisfecho con su comprensión de la nueva estrategia de mercado.
 - Que el ochenta por ciento de los asistentes estuviera satisfecho o muy satisfecho con su comprensión de la estrategia de nuevos productos.
 - Que el ochenta por ciento de los asistentes estuviera satisfecho o muy satisfecho con su comprensión de las nuevas características del producto y los beneficios.
 - Que el ochenta por ciento de los asistentes estuviera satisfecho o muy satisfecho con sus nuevas habilidades de venta.
- **Objetivos de reacción (nivel 1).** Además, la conferencia se diseñó para influir positivamente en las percepciones, actitudes y opiniones de los empleados en lo que respecta a su lealtad, apreciación y motivación con ABC Technology. Las áreas clave identificadas aquí fueron las siguientes:
 - El ochenta por ciento de los asistentes están de acuerdo o muy de acuerdo con que la reunión fue gratificante.
 - El ochenta por ciento de los asistentes están de acuerdo o muy de acuerdo con que la reunión fue motivadora.
 - El ochenta por ciento de los asistentes están de acuerdo o muy de acuerdo con que la reunión explicó claramente la dirección corporativa.
 - El ochenta por ciento de los asistentes están de acuerdo o muy de acuerdo con que la reunión explicó claramente la integración empresarial.

2. Recogida de datos. Para este estudio, se determinó que el mejor método de obtención de datos era mediante cuestionarios cumplimentados por los asistentes a la conferencia. Se utilizó una encuesta en línea postevento aproximadamente una semana después del final de la conferencia para recopilar los datos sobre la reacción y los objetivos de aprendizaje. También se incluyeron algunas preguntas para estimar la previsión de ventas.

Se envió un cuestionario de seguimiento del ROI aproximadamente ocho meses después del programa para medir la aplicación y los objetivos de impacto. Aquí también se identificaron los factores que sirven como facilitadores u obstáculos para una implementación exitosa, así como otros beneficios intangibles que surgieran como resultado de la reunión.

El hecho de que los ejecutivos de ABC Technology explicaran la importancia de estos datos y proporcionaran un incentivo contribuyó a una alta tasa de respuestas en ambas encuestas.

3. Aislar el impacto de la conferencia. Como parte del cuestionario de seguimiento del ROI, pedimos a los asistentes que informaran de sus ventas desde que participaron en la conferencia. También se pidió a cada participante que estimara qué porcentaje de sus ventas podía atribuirse directamente a la conferencia y el grado de confianza que proporcionaba a esa estimación.

Después de revisar las cifras de ingresos facilitadas por los asistentes, los datos parecían estar exagerados de forma significativa. Esto podría deberse a un error de entrada de datos, tal vez al proporcionar datos sobre las ventas de un grupo en lugar de las ventas individuales, sobre las ventas para los años siguientes en lugar de las del año en curso, o a cualquier otro error. Por lo tanto, decidimos utilizar las cifras de ingresos registradas por la empresa de enero a septiembre y calcular el cómputo anual, y luego aplicar un porcentaje promedio para determinar qué cantidad se podría atribuir a la reunión.

4. Conversión de datos en valores monetarios. Los datos sobre los ingresos corporativos ya estaban en términos monetarios, pero teníamos que asegurarnos de que los datos se referían a los beneficios (en lugar de a los ingresos) y que estaban medidos sobre una base anual. Tomamos las cifras de ingresos y aplicamos las clasificaciones promedio de aislamiento y confianza. Se calculó el cómputo anual para esta cifra con el fin de determinar el total de ingresos previstos generados como resultado de la reunión. Utilizando los márgenes estándares de beneficio del sesenta por ciento para las ventas a nuevos clientes y el sesenta y cinco por ciento de las ventas a clientes existentes, convertimos estos datos en beneficios.

d) Valoración de los resultados. Recibimos una tasa de respuesta del setenta y dos por ciento en la encuesta posterior al evento, y una tasa del cincuenta y nueve por ciento en la encuesta para el seguimiento del ROI. En general, los resultados del estudio fueron muy favorables y pusieron de relevancia el alto valor de la conferencia.

- **Objetivos de reacción (nivel 1).** En la encuesta posterior al evento, el ochenta y nueve por ciento de los asistentes estuvo de acuerdo o muy de acuerdo en que la conferencia había sido gratificante y motivadora, el noventa y tres por ciento estuvo de acuerdo o muy de acuerdo en que la conferencia explicó claramente la dirección corporativa y el ochenta y tres por

ciento estuvo de acuerdo o muy de acuerdo en que la conferencia explicó claramente la integración de la empresa. Todos estos resultados superan el objetivo del ochenta por ciento.

- **Objetivos de aprendizaje (nivel 2).** En la encuesta posterior al evento, pedimos a los asistentes su grado de satisfacción con su comprensión de la información presentada en la conferencia, con el objetivo de que el ochenta por ciento respondiera que estaban satisfechos o muy satisfechos. Los resultados fueron:
 - Comprensión de la nueva estrategia de ventas: ochenta y nueve por ciento de satisfechos o muy satisfechos.
 - Comprensión de la nueva estrategia de mercado: noventa y cuatro por ciento de satisfechos o muy satisfechos.
 - Comprensión de la estrategia de nuevos productos: ochenta y seis por ciento de satisfechos o muy satisfechos.
 - Comprensión de las características de nuevos productos y beneficios: ochenta y dos por ciento de satisfechos o muy satisfechos.
 - Nuevas habilidades de venta obtenidas: cincuenta por ciento de satisfechos o muy satisfechos.

- **Objetivos de aplicación/ejecución (nivel 3).** Con la encuesta de seguimiento medimos el grado en que la nueva información presentada en la conferencia fue implementada después del evento. Una vez más, el objetivo era que el ochenta por ciento de los asistentes aplicara las nuevas prácticas a menudo o muy a menudo. Los resultados fueron:
 - Aplicación de la nueva estrategia de ventas: cincuenta y cinco por ciento a menudo o muy a menudo.
 - Aplicación de la nueva estrategia de mercado: cincuenta y tres por ciento a menudo o muy a menudo.
 - Aplicación de la estrategia de nuevos productos: sesenta y cinco por ciento a menudo o muy a menudo.
 - Promoción de las nuevas características del producto y beneficios: sesenta y ocho por ciento a menudo o muy a menudo.
 - Aplicación de las nuevas habilidades de venta: cuarenta y tres por ciento a menudo o muy a menudo.

- **Objetivos de impacto en el negocio (nivel 4).** Cincuenta y ocho de los encuestados (cincuenta y cuatro por ciento) dijeron tener un puesto de ventas en ABC Technology, y entonces fueron dirigidos a las preguntas adicionales acerca de los datos de ventas. A pesar de que sustituimos las cifras de ventas obtenidas de los asistentes con las registradas en el departamento de contabilidad de la empresa, hemos utilizado las estimaciones de los asistentes para determinar qué parte de estas ventas podemos atribuir a la conferencia. Hemos aplicado los márgenes de beneficio estándares para convertir las cifras de ingresos por ventas en beneficios. Los números que aparecen a continuación muestran qué beneficios están asociados a la conferencia, así como el incremento respecto al año anterior. El aumento

Recomendaciones

Todas las áreas obtuvieron puntuaciones altas, con la excepción de las nuevas habilidades de ventas obtenidas. Esto podría deberse a que el material presentado no era nuevo o útil, o simplemente a que el personal de ventas es tan veterano que no necesita este tipo de formación. La realización de una encuesta antes del evento ayudará a afinar las necesidades de los asistentes y a asegurarse de que se va a proporcionar el contenido que tendrá mayor impacto. También puede revelar la necesidad de ofrecer distinta formación según los diferentes niveles de experiencia.

Recomendaciones

Esta es el área con mayor oportunidad de mejora. Una vez más, creemos que los datos recogidos en una encuesta antes del evento permitirán crear una agenda más personalizada por lo que respecta a aquellas áreas que tendrán un mayor impacto en la aplicación después del evento. Comunicación continua, reuniones más reducidas en el ámbito regional y planes de rendición de cuentas son algunas de las ideas que podrían aumentar la tasa de adopción de nuevas prácticas e iniciativas presentadas en la reunión.

superó el objetivo marcado tanto para clientes nuevos como para los ya existentes.

Beneficio generado por ventas a clientes existentes	23.352.823 \$	
Beneficio generado por ventas a nuevos clientes	8.440.689 \$	
Beneficio total atribuible a la conferencia	31.793.512 \$	
Aumento del beneficio de ventas a clientes existentes respecto al año anterior	2.344.719 \$	(11%)
Aumento del beneficio de ventas a clientes nuevos respecto al año anterior	2.563.629 \$	(44%)
Aumento total respecto al año anterior	4.908.348 \$	

Recomendaciones

Para mantener la integridad y la credibilidad de la metodología y los datos, es vital escoger el extremo más conservador. Para futuros estudios, debemos asegurarnos de que no hay ambigüedad acerca de los datos financieros que se piden y de que estamos utilizando datos comparativos. Otro punto que hay que destacar aquí es que solo se utilizan los datos del cincuenta y cuatro por ciento de los asistentes. Si hubiera una manera de capturar el impacto en el negocio de los asistentes en un puesto que no sea de ventas, podríamos llegar a la conclusión de que esta conferencia tiene un impacto aún mayor.

- El coste de la conferencia. Al calcular el coste total de la conferencia, se deben tener en cuenta tanto los costes directos, es decir, billetes de avión, gastos de hotel, etc., como el coste salarial de los asistentes (en relación con el tiempo que están en la conferencia en lugar de trabajando). A continuación se presentan los gastos según ABC Technology.

Gastos de la conferencia	937.450 \$
Gastos salariales	701.189 \$
Gastos totales	1.638.639 \$

Aunque la conferencia generó 31,8 millones de dólares en ingresos, el retorno de la inversión se calcula observando los beneficios netos (es decir, el beneficio generado a partir de las reuniones menos los costes involucrados en la ejecución de la reunión) como un porcentaje del coste de la conferencia. Los cálculos son los siguientes:

Aumento del beneficio de ventas a clientes existentes	2.344.719 \$
Aumento del beneficio de ventas a clientes nuevos	2.563.629 \$
Beneficio total	4.908.348 \$
Coste total de la conferencia	1.638.639 \$

$$\text{Ratio Beneficio/Coste} = \frac{\text{Beneficio total}}{\text{Coste total}} = \frac{4.908.348 \$}{1.638.639 \$} = 3$$

$$\text{ROI (\%)} = \left(\frac{\text{Beneficio total} - \text{Coste total}}{\text{Coste total}} \right) \times 100 = \left(\frac{4.908.348 \$ - 1.638.639 \$}{1.638.639 \$} \right) \times 100 = 200\%$$

Estos resultados superan el objetivo y demuestran que este evento es fundamental para el éxito del equipo de ventas y que supone una inversión rentable para la empresa.

- Beneficios intangibles. Los asistentes señalaron el aumento en la productividad y satisfacción de los empleados como los beneficios intangibles más destacados asociados a la conferencia. El *team building* y el *networking* se mencionaron también como un aspecto valioso del programa.
- Análisis de la encuesta de seguimiento. Obtuvimos ciento trece respuestas de un total de ciento noventa asistentes (cincuenta y nueve por ciento). Consideramos que es una tasa de respuesta muy alta teniendo en cuenta que es la primera vez que se hace una encuesta de seguimiento del ROI.
- Formación, desarrollo e implementación:
 - De media, hubo ciento once respuestas a las trece preguntas acerca de formación y desarrollo.
 - Las cinco primeras preguntas abordaron los objetivos clave de la conferencia, es decir, la lealtad de los asistentes, la motivación, la comprensión de la dirección de la empresa y su integración con Parent Company, y la adquisición de nueva información para que sean más eficaces en el trabajo. De media, setenta y seis de las respuestas (sesenta y ocho por ciento) fueron positivas, es decir, los encuestados respondieron a la pregunta como satisfechos o muy satisfechos.
 - Las ocho preguntas restantes trataban sobre la frecuencia con que implementaban la nueva información desde que tuvo lugar el evento. De media, cincuenta y cinco de las respuestas (cincuenta por ciento) fueron positivas, es decir, los asistentes estaban aplicando la nueva información a menudo o muy a menudo. Aunque este dato parece bajo, un promedio del treinta y dos por ciento seleccionó la tercera opción de “regularmente”. Por lo tanto, solo el dieciocho por ciento indicó que estaba aplicando las nuevas estrategias pocas veces o nunca. La incorporación de algún tipo de comunicación después de la conferencia podría aumentar el grado en que estas nuevas herramientas se aplican e impulsan las ventas.
- Barreras, habilitadores e impacto. Esta sección proporciona información sobre qué comportamientos postevento promueven o dificultan la puesta en práctica de la nueva información y conocimientos, así como sobre otros beneficios intangibles de la reunión aparte de los objetivos principales. Cuando se preguntó a los asistentes lo que les ayudó a poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos en la conferencia, hubo muchas respuestas diferentes, pero se identificaron cuatro temas comunes:
 - Una visión más clara de la dirección de la empresa y la integración con la sociedad dominante, Parent Company.
 - Haber tenido la oportunidad de reunirse con los ejecutivos de la compañía y sus compañeros cara a cara.

Recomendaciones

Si pudiéramos atribuir un valor financiero a la productividad y la satisfacción del empleado, se podría vincular con el valor general del evento. Como mínimo, si pidiéramos a los asistentes que calificaran estos aspectos en encuestas antes del evento y después de este, se obtendría una medida para determinar exactamente el impacto que este acto tiene sobre tales áreas.

- Acceso al equipo de herramientas de ventas y comunicación permanente con él.
- Tener materiales de apoyo para llevarse a casa.

Cuando se preguntó qué obstáculos habían impedido la implementación, los dos mensajes dominantes fueron:

- la constante preocupación acerca de cómo integrarse más eficazmente con Parent Company, debido a las diferencias en tamaño, estilo y cultura;
- el cambio o retrasos en la hoja de ruta del producto.

También pedimos a los asistentes sugerencias sobre cómo mejorar el impacto de la reunión. Algunas de las respuestas estaban directamente relacionadas con el formato del evento, el contenido y las ideas incluidas, tales como talleres de grupos más pequeños para discusiones más interactivas, más casos prácticos o testimonios de clientes, y un cambio en las actividades sociales para que estén menos estructuradas y permitan hacer más *networking*.

- Beneficios intangibles. Por último, pedimos a los asistentes que identificaran otros beneficios que ellos atribuían a la conferencia para tener una idea de qué beneficios intangibles se estaban produciendo como resultado del evento. Los dos beneficios más destacados fueron el incremento en la productividad (cuarenta y uno por ciento) y la satisfacción de los empleados (treinta y nueve por ciento), los cuales están completamente en línea con los objetivos de la conferencia.

4. Desert Run 2011

Grup Xaluca es un grupo turístico en Marruecos, formado por cuatro complejos hoteleros (Kasbah Xaluca Arfoud, Kasbah Hotel Tombouctou, Hotel Xaluca Dades y Bivouacs La Belle Etoile), una agencia de viajes receptiva en Marruecos, una agencia de transportes con 4x4 y minibuses y una agencia de viajes en España, mayorista-minorista especializada en Marruecos. Dispone de toda la infraestructura necesaria para vivir una experiencia única y descubrir una zona que no deja indiferente a nadie, tanto para turismo particular como para turismo de empresa.

a) Situación de partida. Sportravel es una agencia de viajes especializada en los viajes deportivos que ofrece a sus clientes la posibilidad de acudir a cualquier maratón del mundo. Sportravel forma parte de la empresa Motorpress Ibérica, grupo editorial español con revistas y webs especializadas en áreas temáticas de coches, motos, deportes y estilos de vida.

Desde Grup Xaluca les planteamos la posibilidad de realizar una carrera por el desierto, una carrera de *running* para los amantes de correr, pero que combinara también la parte deportiva con la parte vacacional de desplazarse a una zona desconocida, y mezclar así la pasión por el deporte con un viaje de turismo en el que descubrir a cada momento cosas nuevas y vivir experiencias diferentes.

b) Objetivos. En las reuniones que hubo entre Grup Xaluca y Sportravel se plantearon varias opciones, pero los objetivos principales que querían conseguirse con este evento eran los siguientes:

- Ofrecer la posibilidad de correr en uno de los terrenos más emblemáticos para un corredor, el desierto.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Elisabet Pont Prats, directora de Marketing del Grupo Xaluca.



Enlace recomendado

Si queréis más información sobre Xaluca, podéis consultar su web www.xaluca.com.



- Realizar una prueba con la dureza suficiente como para suponer un reto para los participantes pero haciéndola accesible al corredor común, apta para quien se entrena de forma personal y no estrictamente profesional.
- Combinar la carrera con el viaje y con otro tipo de experiencias, descubriendo la zona y disfrutando de todas las actividades que ofrece el entorno, como podría ser la excursión por el desierto en 4x4, la visita al mercado donde se abastecen todas las tribus de la zona del sur o presenciando los bailes folclóricos de la gente local.
- Hacer accesible la experiencia de la carrera y el viaje no solo al corredor, sino también a sus acompañantes. En muchas ocasiones, el corredor o corredora descarta realizar un viaje-carrera de este tipo porque tiene que dejar a la familia o a la pareja en casa. En este caso, el objetivo era satisfacer las diferentes necesidades de los miembros de la familia o amigos combinando la experiencia del corredor con la experiencia de los acompañantes.



c) **Descripción de la acción.** La acción se planificó para el puente de Todos los Santos, pues desde Grup Xaluca se organiza anualmente un chárter para sus clientes, un vuelo directo que da la posibilidad y la comodidad de acceder directamente al aeropuerto más cercano de la zona sur del país, el que da una

mayor accesibilidad a la zona del desierto. Inicialmente, para la primera carrera se decidió compartir el avión con Grup Xaluca, y así poder ofrecer el vuelo directo a los clientes de la carrera, llamada Desert Run.

Se planificó una carrera por etapas, para poder correr por el desierto sin necesidad de enfrentarse a distancias y esfuerzos extremos.

El programa del viaje era el siguiente:

- **Día 1.** Llegada al hotel Kasbah Xaluca Arfoud y *briefing* de la primera etapa de la carrera.
- **Día 2.** Carrera alrededor de la zona del hotel, con una distancia de quince kilómetros. Los acompañantes pueden seguir la carrera o disfrutar de las instalaciones del hotel. Almuerzo en el hotel y desplazamiento en 4x4 hacia la zona del desierto, para montar en dromedario y disfrutar de la puesta de sol. Alojamiento en *haimas*².

⁽²⁾Las *haimas* son tiendas confeccionadas con pelo de dromedario como las que utilizan los nómadas del desierto.



- **Día 3.** Cita con el amanecer. Segunda etapa de la carrera, veintiún kilómetros. Salida hacia Merzouga y meta en la Kasbah Tombouctou. Almuerzo y excursión en 4x4 para visitar las minas de Menfis y las canteras de fósiles. Visita al poblado de Khamlia. Regreso al Kasbah Tombouctou.
- **Día 4.** Tercera y última etapa de la Desert Run, de veintiséis kilómetros. Llegada al oasis de Tisserdimine. Almuerzo en Kasbah Xaluca y tarde libre para visitar la zona.



- **Día 5.** Visita a Rissani. Almuerzo en Arfoud en la pizzería más auténtica de la ciudad. A la hora convenida, traslado al aeropuerto de Errachidia para volar rumbo a Barcelona.

Por parte de la organización de Grup Xaluca, hubo un equipo que se encargó de gestionar la llegada de los participantes al aeropuerto y facilitarles el trámite de la aduana, así como la gestión de los vehículos y las habitaciones necesarias para cada una de las noches. Se habilitó una sala informal para el *briefing* del primer día y la sala de congresos para realizar la entrega de premios, así como la preparación de los puntos de avituallamiento y el soporte técnico para la carrera.

Por parte de la organización de Sportravel, se gestionaron todas las inscripciones de los participantes, se desplazó una persona algunos días antes para marcar el recorrido y controlar todos los detalles junto al equipo de Grup Xaluca, especialmente toda la logística de la carrera.

Uno de los puntos fuertes de este evento –que es una característica de Grup Xaluca– es el hecho de “sorprender” y cuidar todos los detalles, siempre integrados en el entorno donde se encuentran los clientes.

Por ejemplo, la noche que los participantes pasan en las *haimas*, se les deja encima de la cama una chilaba para que todo el grupo vista como un auténtico bereber en la cena.

Otro ejemplo podría ser el premio de los ganadores: una piedra de fósil con el logotipo de la empresa grabado.



Un buen ejemplo de detalles que facilitan la organización del viaje son las tarjetas que se pegan en las maletas. Cada persona dispone de una tarjeta en forma de carné, donde aparecen todos los detalles: número de asiento en el avión, número de coche, número de habitación en cada hotel, número de mesa, etc. De esta forma, las maletas van directamente a la habitación y el cliente no tiene que preocuparse de ellas, y así cada persona puede saber en todo momento dónde tiene que ir, lo que evita colas y confusiones.

 	
MARIA GONZALEZ	
Nº AVION	25B
Nº XALUCA	412
Nº HAIMA	3
Nº TOMBOUCTOU	25
Nº DADES	120
Nº COCHE	5
Nº MESA	2
www.xaluca.com	

d) **Valoración de los resultados.** Desde Grup Xaluca, la valoración de este evento ha sido siempre un éxito, desde la primera edición hasta la actual, que este próximo año será ya la cuarta. La mejor manera de tomar en consideración este aspecto es escuchando a los participantes, que valoran la experiencia muy positivamente. Desde Sportravel están muy satisfechos con la aceptación y buena respuesta que ha tenido esta carrera entre sus clientes, ya que el número de inscripciones ha ido creciendo exponencialmente. En la edición del 2011 se habilitó un avión desde Barcelona y uno desde Madrid. De cara a la nueva edición, se espera un aumento considerable de participantes, y es que la Desert Run es ya en el mundo del deporte una carrera muy consolidada. Si os gusta el deporte y tenéis ganas de descubrir la zona, ¡os animamos a participar!

Podéis ver los detalles de la carrera de la última edición en el vídeo colgado en YouTube “Desert Run 2011. Macaronesia Sport”.



Vídeo “Desert Run 2011. Macaronesia Sport”.

e) **Documentación.** Como muestra de la documentación del acto, a continuación os presentamos la ficha Desert Run 2011.



LA CARRERA

- ➔ Consiste en un recorrido total de unos 60 kms por el desierto, realizados a lo largo de tres etapas durante tres días consecutivos con unas distancias aproximadas de 15, 21 y 26kms.
- ➔ El tipo de terreno es variado. La mayor parte es sobre pista dura con algunos tramos pedregosos. También hay tramos arenosos sobre superficie dura y por último zonas en las que hay que sortear dunas de arena.
- ➔ No hay grandes desniveles aunque sí hay que subir y bajar algunos tramos tanto de dunas como de pistas.
- ➔ Cada etapa está señalizada desde la salida a la meta. Hay numerosas señales de cal blanca pintadas sobre el terreno. También hay numerosas banderolas que permiten ver la dirección a seguir en la distancia. Cada kilómetro está marcado con su número. Por último no menos de una decena de vehículos todo terreno, van siguiendo la carrera o estarán situados en los puntos conflictivos.
- ➔ Cada 4 o 5 kms aproximadamente hay un avituallamiento. En ellos encontrarás agua mineral embotellada, geles y dátiles. Al final de cada etapa encontrarás una zona de hidratación.
- ➔ Es obligatorio respetar los lugares por donde transcurre la carrera. Está prohibido tirar botellas o restos de avituallamiento por el desierto. Puedes parar y beber tranquilamente o bien llevar la botella hasta el próximo avituallamiento.
- ➔ Los tiempos realizados se acumulan a lo largo de los tres días dando lugar a la clasificación final con la suma de los tiempos de las tres etapas.
- ➔ No obstante, recuerda que lo importante en una prueba de este tipo es participar y disfrutar de la experiencia única que representa. La parte competitiva, adquiere una menor importancia.









EL VIAJE

→ La DESERT RUN es una carrera por el desierto, pero también es un viaje, una aventura, una experiencia lúdica y cultural para los corredores y sus acompañantes, disfrútala al máximo.

→ Recuerda que para la entrada en Marruecos es necesario tener el pasaporte en vigor con una validez mínima de 6 meses.

→ En la zona donde nos encontramos, a pesar del calor, las temperaturas suelen bajar muy rápidamente a partir del atardecer. Es necesario, pues, llevar también ropa de abrigo, tipo forro polar o similar y pantalones largos.

→ La DESERT RUN también es de forma colateral una

experiencia gastronómica. La alimentación es de muy buena calidad y disfrutarás de platos tradicionales así como de comida internacional. Todo está incluido excepto las bebidas que se tienen que abonar en cada restaurante al que vayamos.

→ Hay que llevar efectivo ya que no hay cajeros fácilmente accesibles. La mejor opción es cambiar a la llegada al hotel Xaluca.

→ La DESERT RUN también quiere aportar su granito de arena a la solidaridad. Deja espacio en tu maleta para llevar material deportivo que ya no uses (pero que esté en buen estado) tipo zapatillas u otros. Nos encargaremos de recogerlo y de entregarlo a la gente que lo necesite.



EL MATERIAL

- El calzado más adecuado son unas zapatillas de running de trail, aunque también puedes usar tus zapatillas habituales de entrenamiento (mejor llevar un par de recambio, por si acaso)
- Es muy recomendable llevar unos protectores alrededor del tobillo para evitar la entrada de arena y de pequeñas piedras.
- La camiseta recomendada sería de manga corta (no de tirantes) y a ser posible con algún bolsillo trasero para poder llevar algún objeto (gel, teléfono). Otra opción sería utilizar un pantalón corto con bolsillo trasero con cremallera.
- Corre las etapas con gorra y utiliza una braga o badana para proteger la nuca del sol. El golpe de calor no afecta solo a la cabeza y la nuca puede sufrir quemaduras.
- Unas gafas de sol son imprescindibles. Asegúrate que sean de cristales de calidad y a ser posible diseñadas para hacer deporte.
- Recomendamos usar algún tipo de vaselina o similar en zonas sensibles al roce y calentamiento: dedos de los pies, ingles, pezones, axilas, ...
- Aunque las etapas tengan avituallamiento, no viene mal llevar alguno extra de sólido y líquido, especialmente para los que sudan más. Un cinturón de avituallamiento es la opción más recomendable.

SALUD Y SEGURIDAD

- Utiliza un protector labial y protector solar para las zonas expuestas al sol. El sudor más la temperatura se puede convertir en quemaduras ... y son tres días consecutivos.
- Bebe toda el agua que necesites, pero no más. A veces, el hecho de estar en el desierto, nos induce a beber mucha más agua de la debida, lo cual puede ser también peligroso.
- El tipo de terreno y el calor pueden dar lugar a la aparición de ampollas en los pies. Además de darte vaselina y llevar protegidos los tobillos, recomendamos no estrenar calcetines y llevar unos que ya estén suficientemente probados.
- Si durante la etapa notas serias molestias, vómitos o mareos, deja de correr y dirígete al primer vehículo o avituallamiento de la organización. Es mucho mejor dejar de hacer una etapa que enfrentarse a un golpe de calor.
- A pesar de la señalética desplegada. Si se diera el caso de que te encontraras desorientado o no supieras la dirección a seguir en un momento determinado, quédate en el sitio que estás. La organización va controlando la carrera con vehículos todo terreno y Quads. Pronto aparecerá alguno y será mucho mejor que seguir una dirección equivocada.
- En cuanto a botiquín recomendamos llevar algún repelente de mosquitos para ponerse por las noches. También es recomendable llevar algún antidiarreico ya que el calor y el cambio en las comidas puede pasar factura en algunos estómagos.



5. La Nit de la Construcció, CAATEEB

a) Situación de partida. El Col·legi d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació de Barcelona (CAATEEB) es una institució que representa y ordena el ejercicio de la profesión de aparejador y arquitecto técnico para conseguir su promoción técnica, social y económica, y para proyectar su función social.

Para llevar a cabo este objetivo, el CAATEEB asume el papel de una entidad de servicios no solo para sus colegiados, sino también para el resto de los profesionales y empresas del sector de la edificación. Actualmente, tiene a más de siete mil aparejadores y arquitectos técnicos colegiados. Su ámbito de actuación son las comarcas de Barcelona, con su sede central en Barcelona y las delegaciones ubicadas en Vic, Manresa, Granollers, Terrassa, Mataró y Vilafranca del Penedès.

En el CAATEEB trabaja más de un centenar de personas que, en el marco del colegio, ofrecen sus servicios, como por ejemplo:

- asistencia técnica y profesional,
- asistencia jurídica,
- programas de formación,
- promoción laboral,
- documentación especializada.

El CAATEEB organiza varias actividades dirigidas a sus públicos principales, entre los cuales destacan:

- instituciones y Administración pública,
- empresas del sector: promotores, constructores y fabricantes,
- entorno de la universidad e investigación,
- profesionales colegiados, y
- estudiantes y otros profesionales del sector.

Las actividades que organiza el CAATEEB se dividen en las siguientes:

- Actividades de práctica profesional:
 - sesiones técnicas,
 - espacios empresa,
 - sesiones informativas,
 - jornadas jurídicas,
 - Construjove,
 - Construsènior

Autoría

Estudio de caso elaborado por Teresa Pallàs, directora del Área de Formación y Colegiación, y responsable de eventos del Col·legi d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers d'Edificació de Barcelona (CAATEEB).

- Dinars Construcció (comidas coloquio periódicas con ponentes de relevancia)
- Matins Construcció (jornadas técnicas sectoriales periódicas)
- participación en Construmat y otras ferias del sector,
- otras.



El presidente de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas, invitado a Dinars Construcció



Stand del CAATEEB en Construmat.

- Actividades lúdicas, deportivas y culturales:
 - conferencias,
 - exposiciones y visitas culturales,
 - conciertos,
 - torneo de golf,
 - talleres de cocina,
 - cata de vinos,
 - concierto de Navidad,
 - otras.
- Actividades institucionales:
 - acto de bienvenida a los nuevos colegiados,
 - inauguración del año académico,
 - acto de entrega de diplomas,

- homenaje a los cincuenta años de profesión,
- la Noche de la Construcción,
- entrega de los premios Catalunya Construcció,
- otras.

En el año 2011, el CAATEEB organizó doscientas veinticinco actividades: ciento sesenta sobre práctica profesional, treinta y nueve lúdico-deportivas-culturales y veintiséis institucionales. Para la coordinación de todas estas actividades, cuenta con tres comisiones, que se reúnen trimestralmente, formadas por el director de área, el coordinador de actividades y uno de los miembros de la Junta de Gobierno. En estas comisiones también participan grupos de colegiados.

Por lo que respecta a la logística y la difusión, el coordinador de actividades cuenta con el apoyo de los profesionales del Departamento de Comunicación del colegio (*webmaster*, jefe de publicaciones, *copy creativo*, etc.) y del Departamento de Patrocinios.

b) Objetivos. La Noche de la Construcción persigue los siguientes objetivos:

- Convertirse en una gran fiesta para compartir con compañeros y amigos.
- Reconocer la tarea de aquellos que trabajan para mejorar la calidad de la edificación en Catalunya.

La Noche es un gran encuentro que reúne a aparejadores y arquitectos técnicos y les brinda la oportunidad de relacionarse profesional y personalmente en un ambiente distendido y festivo. A la vez, permite establecer una relación más estrecha y cercana entre los colegiados y colegiadas y el CAATEEB, con lo que se fortalecen los vínculos existentes.

c) Descripción de la acción. La Noche de la Construcción es un evento festivo que incluye la ceremonia de entrega de los premios Catalunya Construcció, organizados por el CAATEEB.



Entrega de los premios Catalunya Construcció 2006.

Con una gran afluencia de público y la presencia de destacadas autoridades, políticos, representantes de empresas y profesionales del sector, la Noche de la Construcción se ha consolidado como punto de encuentro en el ámbito de la construcción, la arquitectura y el urbanismo.

Los **premios Catalunya Construcció**, que se otorgan durante esta celebración, representan un importante reconocimiento a las mejores candidaturas de las categorías siguientes:

- Premio a la innovación del proceso constructivo, otorgado a profesionales o empresarios que hayan impulsado la innovación, aplicada en una obra de edificación.
- Premio a la dirección y/o gestión de la ejecución de la obra, distingue las tareas de la persona o el equipo responsable de dirigir y gestionar la ejecución de una obra de edificación.
- Premio a la rehabilitación.
- Premio a la coordinación de seguridad y salud, distingue a la persona o al equipo responsable de la coordinación de seguridad y salud de una obra de edificación.
- Premio a la trayectoria profesional, reconoce la trayectoria profesional o empresarial de una persona por su contribución continua a la calidad en el ejercicio de su profesión.



Trofeo premios Catalunya Construcció.



Finalistas y ganadores de la octava edición de los premios Catalunya Construcció 2011.

El jurado de los premios Catalunya Construcció está formado por personas del mundo profesional, empresarial y académico, de solvencia y prestigio en el sector de la construcción.

A este acto anual suelen asistir entre ochocientas y mil personas. El **perfil de los asistentes** al acto es el siguiente:

- autoridades,
- órganos de gobierno del CAATEEB,
- aparejadores y arquitectos técnicos (con acompañante),
- otros profesionales del sector,
- representantes de empresas, y
- medios de comunicación.

El **escenario** de la Noche de la Construcción siempre es un lugar significativo y con suficiente capacidad para acoger al numeroso público asistente.



Espacio preparado para la recepción y la acreditación de los invitados.



Las mesas preparadas para la cena.

Ejemplo

En pasadas ediciones, algunos de los espacios donde se ha celebrado la Noche han sido los siguientes:

- Instituto de Educación Física (INEFC)
- Drassanes de Barcelona.
- Salón Oval del Museo Nacional de Arte de Catalunya (MNAC).
- Pabellón de Italia de la Fira de Barcelona.
- Hotel Arts.
- Terrazas del hotel Grand Marina (World Trade Center).
- Sala anexa del Palau Sant Jordi.
- Hotel Hilton Diagonal Mar.
- Palau de Congressos de Catalunya y jardines del hotel Rey Juan Carlos I.

La **imagen gráfica** de la Noche suele contar con la colaboración de artistas plásticos.

En ediciones anteriores, algunos de los artistas colaboradores han sido Lluïsa Pla, Perico Pastor, Antoni Miralda, Peret o Joan Dinarés.



Carteles de la Noche de la Construcción del 2008 y el 2006, basados en obras de Peret y Perico Pastor, respectivamente.

El programa del acto es el siguiente:

- 20.00 h: *check-in* y aperitivo de bienvenida.
- 21.00 h: cena.
- 22.30 h: entrega de los premios Catalunya Construcció.
- 23.30 h: espectáculo, música, baile y *chill-out*.
- 01.30 h: fin de fiesta.

El acto suele estar conducido por un presentador o presentadora conocido.

Por ejemplo, algunos de los presentadores que han conducido la Noche de la Construcción son Ramon Pellicer, Helena Garcia Melero, Josep Puigbó, Antoni Bassas y Francesc Cruanyes.

d) **Documentación.** Como muestra de la documentación del acto, a continuación os presentamos el guión detallado y el listado de distribución de las tareas del equipo.

Guión detallado de la Noche de la Construcción 2007. IV premios Catalunya Construcció

Programa detallado	
Día	Jueves 5 de julio del 2007
Hora	19.30 horas
Lugar	Hotel Eurostars Grand Marina de Barcelona. Muelle de Barcelona, s/n (en el World Trade Center Barcelona)
Organiza	Colegio de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Barcelona

Programa detallado	
Configuración del acto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegada de los asistentes por uno de los pasillos laterales del Hotel Grand Marina. Acogida: <i>check-in</i> + entrega programa de mano + adhesivo A opcional. 2. Traslado de todos los asistentes a la sala Port Vell para el aperitivo, donde se podrá ver la expo de los premios Catalunya Construcció 07. 3. Traslado a la sala Àgora para el acto de entrega de los IV Premis Catalunya Construcció 07. Parlamentos (galardonado trayectoria profesional, presidenta del CAATB y autoridad). 4. Traslado a las terrazas del hotel y <i>sitting</i>. 5. Cena (menú en la mesa+ número sorteo + <i>pack</i> posavasos). 6. Servicio cava + postre. 7. Brindis de la presidenta. 8. Inicio actuación diez magos por mesas (tres o cuatro minutos por mesa). 9. Servicio cafés. 10. Sorteos a cargo del Mag Joaquim. 11. Inicio del baile disco con el <i>discjockey</i> Javier Navinés en la sala Àgora + posibilidad de quedarse en la terraza para tomar una copa (Traslado expo premios a la parte de fuera de la sala Àgora, zona fumadores - sillas de teca).
Preside el acto	Hble. Sra. Mar Serna, consellera de Trabajo de la Generalitat de Catalunya.

Autoridades y personalidades confirmadas

Autoridades confirmadas (a 2 de julio 2007):

Hble. Sra. Mar Serna, consellera de Trabajo de la Generalitat de Cataluña
 Gerente Urbanismo Ayuntamiento Barcelona.
 Regidor de Suelo y Vivienda Ayuntamiento de Barcelona.
 Director Caixa Enginyers.
 Presidente CECOT.
 Decano Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales.
 Director general de Arquitectura y Paisaje de la Generalitat.
 Director general de Promoción de la Vivienda.
 Director general de ITEC.
 Director del EPSEB.
 Presidente del Consejo de Colegios de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Cataluña.
 Teniente de alcalde de Urbanismo, Infraestructuras y Vivienda del Ayuntamiento de Barcelona.

Desarrollo del acto

Hora	Descripción
19.30 h	Llegada de los invitados y traslado a la Sala Port Vell , donde se servirá el aperitivo. Exposición <i>Premis Catalunya Construcció 07</i> .
20.00 h	Llegada de los invitados y autoridades a la sala piano-bar del 1.er piso. Recibimiento por parte de la presidenta del Colegio de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Barcelona y miembros de la Junta de Gobierno del Colegio de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Barcelona .
20.20 h	Acompañamiento de los invitados y de las autoridades a la sala Àgora, donde tendrá lugar la entrega de premios.

Hora	Descripción
20.30 h	<p>Inicio del acto de entrega de los premios conducido por la periodista Helena García Melero. El presentador cita a los candidatos de las tres categorías, con la proyección de un multimedia que presenta las candidaturas.</p> <p>El Sr. XX, coordinador del secretariado del jurado de los premios y la Sra. XX, del gabinete técnico del CAATB, entregan los diplomas a los representantes de los patrocinadores, que entregarán los diplomas a todos los finalistas.</p> <p>Los finalistas de cada categoría suben al escenario.</p> <p>Premio a la innovación en el proceso constructivo. 7 candidaturas finalistas: Entrega los diplomas el Sr. XX, director de <i>Nueva construcción</i> de Gas Natural.</p> <p>Premio a la coordinación de seguridad y salud. 3 candidaturas finalistas: Entrega los diplomas el Sr. XX, subdirector general de Restaura.</p> <p>Premio a la dirección y gestión de la ejecución de la obra. 6 candidaturas finalistas. Entrega de los diplomas. Fotografía de todos los finalistas en el escenario. <i>Los finalistas bajan del escenario.</i></p>
21.09 h	<p>Entrega premios primera categoría: Innovación en el proceso constructivo La presentadora solicita que suban al escenario el director general de Arquitectura y Paisaje de la Generalitat, que entregará el premio de esta categoría. Lectura del acta e invita a subir al primer premiado/a. Foto de grupo <i>(bajan todos del escenario).</i></p> <p>Entrega premios segunda categoría: Coordinación de seguridad y salud La presentadora solicita que suba al escenario el cuarto teniente de alcalde de Urbanismo, Infraestructuras y Vivienda del Ayuntamiento de Barcelona, que entregará los premios de esta categoría. Lectura del acta e invita a subir al segundo premiado/a. Foto de grupo <i>(bajan todos del escenario).</i></p> <p>Entrega premios tercera categoría Dirección y gestión de la ejecución de la obra La presentadora solicita que suba al escenario la presidenta del CAATB, que entregará los premios de esta categoría. Lectura del acta e invita a subir al tercer premiado/a.) Foto de grupo <i>(bajan todos del escenario).</i></p>
21.20 h	<p>Entrega mención especial del jurado La presentadora solicita que suba al escenario para entregar la mención especial el presidente del Consejo de Colegios de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Cataluña. Breve parlamento del galardonado y foto de grupo.</p> <p>Entrega trayectoria profesional La presidenta del CAATB, sube al escenario, acompañada de la Hble. consellera Mar Serna, con el sobre del ganador de la trayectoria profesional de este año. La presentadora cita al ganador del Premio a la trayectoria profesional, el Sr. XX. La conductora solicita que suban al escenario. Entrega el premio la Hble. consellera de Trabajo de la Generalitat de Catalunya. Foto de grupo. Palabras de agradecimiento del galardonado <i>(baja del escenario).</i></p>
21.40 h	<p>Parlamentos por parte de: Presidenta del CAATB. Consellera de Trabajo de la Generalitat.</p>
21.45 h	<p>Traslado a las terrazas para cenar en las mesas.</p>
22.00 h	<p>Inicio cena.</p>
23.45 h	<p>En el momento de servir el cava y los postres, brindis de la presidenta en la tarima instalada delante del ascensor, con cañón de luz.</p>
23.50 h	<p>10 magos aparecen por las mesas de los invitados haciendo magia de proximidad.</p>

Hora	Descripción
00.00 h	Café. Se recoloca la expo fuera de la sala Àgora con los adhesivos de "premiado".
00.10 h	Sorteos de un viaje a Finlandia organizado por el CAATB y otro gentileza de Hotels Prestige, conducidos por el Mag Joaquim en la tarima instalada delante del ascensor, con cañón de luz (preparar urna con números, vales regalo y libreta y bolígrafo para anotar ganadores).
00.20 a 2.00 h	Traslado a la sala Àgora para el baile disco con el <i>discjockey</i> Javier Navinés. Las personas que lo deseen se podrán quedar sentados a las mesas mientras toman una copa, servida con posavasos del CAATB.

Plan B (en caso de lluvia)

19.30 a 20.20 h	Copa de cava de cortesía con una pieza para picar, en los laterales de entrada de la sala Àgora.
20.20 h	Acompañamiento invitados sala Àgora para la ceremonia de premios.
20.30 h.	Ceremonia de entrega de IV Premis Catalunya Construcció 2007.
21.40 h	Traslado a la sala Port Vell para cenar, formato cóctel.
23.00 h	Brindis presidenta.
23.05 h	Espectáculo de magia.
23.20 h	Sorteos viajes.
23.45 h	Baile y barra libre en la sala Àgora.

Listado de distribución de tareas del equipo

Distribución de personal de organización

Espacios	Acción	Personal	Espacios	Acción	Personal	Espacios	Acción	Personal
Recepción (de 8.00 h a 8.30 h)			Sitting (de 8.30 h a 9.00 h)			Cena (de 9.00 h a 10.30 h)		
Recepción general	Recepción asistentes (entregar núm. mesa)		Recepción	Recepción asistentes		Recepción general	Retén de dos personas hasta las 22 h.	
	Recepción autoridades e invitados		Entrada sala mesas	Sitting asistentes		Sitting asistentes	Prestaremos atención a los que llegan.	
	Recepción patros			Sitting finalistas premios		Exposición	Equipo premios	
	Incidencias			Sitting invitados		Exterior	Equipo patros	
	Guardarropa			Sitting patros			Equipo montaje <i>chill-out</i>	
			Guardarropa	Guardarropa			Equipo sorteo	
							Guardarropa	
Premios (de 10.30 a 0.00 h)			Sorteo (de 0.00 a 0.30 h)			Chill-out (de 0.30 a 2.00 h)		

Espacios	Acción	Personal	Espacios	Acción	Personal	Espacios	Acción	Personal
Equipo premios	Estar cerca de escenario para ayudar a dar diplomas, premios, sobres...			Equipo sorteo	Asistentes sorteo (escenario) llevar sobres, anotar ganadores, comprobar núm. premiado.	Foyer	Adecuación de la sala foyer <i>chill-out</i> - controlado que haya todo el material de la terraza.	
	Seguimiento ceremonia + asistencia presentadora			Presentador				
				Mano inocente, aguantar urna.				
				Anotación datos				
			Guardarropa	Guardarropa		Guardarropa	Guardarropa	

6. Jornada Técnica de Retail Comertia

Agència Setting se dedica a ofrecer planes de comunicación y relaciones públicas a empresas, con servicios de gabinete de prensa, comunicación digital y organización de actos.

a) Situación de partida. La Jornada técnica de Retail Comertia es una celebración anual y pública de la Asociación Catalana de la Empresa Familiar de Retail Comertia, una entidad que agrupa a cincuenta y ocho empresas de diferentes sectores comerciales, con marca reconocida, que realizan encuentros de intercambio de información y temas de interés para sus negocios con la voluntad de “compartir para competir”.

Las empresas asociadas a Comertia tienen que responder a un perfil concreto para poder ser miembros:

- Tener una cifra de ventas superior a tres millones euros.
- Tener un mínimo de tres puntos de venta.
- Tener una plantilla media anual de veinticinco trabajadores.
- Tener una marca consolidada y de reconocido prestigio.
- Ser una empresa líder comercialmente con capacidad para aportar un alto nivel de profesionalidad.
- Ser una empresa con vocación de continuidad en el tiempo con la fórmula de empresa familiar y sucursalista.

Además de las muchas reuniones que la entidad organiza durante el año para que sus socios compartan temáticas de interés común, una vez al año Comertia celebra un acto público, la Jornada Técnica de Retail, donde invita a las grandes marcas comerciales para que los asociados puedan conocer de primera mano historias de éxito empresarial en el mundo del *retail* de la mano de sus fundadores.

En ediciones anteriores se ha contado con marcas como Inditex, Mango, La Sirena, Jamaica Coffee Shop, Tous, Imaginarium, Desigual, IKEA y Woman's Secret, entre otros.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Elvira Garcia, directora de Agència Setting Comunicació.

Enlace recomendado

Podéis encontrar más información en www.agenciasetting.com.

En el caso que nos ocupa, la edición de noviembre del 2011 contó con la presencia de FNAC, Bóboli, Miquel Alimentació y Google Retail.

Enlace recomendado

Podéis encontrar más información en la web de Comertia.

Hay que decir también que se trata un acto con un gran peso institucional, por lo que la inauguración de la jornada irá a cargo del regidor de Comercio del Ayuntamiento de Barcelona y la conclusión del *conseller* de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Cataluña.

b) Objetivos. Los objetivos de la jornada se pueden resumir en los siguientes:

- Generar notoriedad de Comertia en la sociedad civil y empresarial.
- Reforzar el espíritu de pertenencia y el sentimiento de prestigio en el socio de Comertia.
- Captación de nuevos socios.
- Hacer *lobby* ante la Administración pública.

c) Descripción de la acción. El público de la jornada está compuesto por los perfiles siguientes:

- directivos de las empresas asociadas a Comertia;
- empresarios de perfil similar a Comertia (socios potenciales);
- socios colaboradores de Comertia;
- responsables de entidades de *retail*;
- empresas colaboradoras y proveedores del sector;
- federaciones, gremios y asociaciones de comerciantes de Catalunya;
- miembros de instituciones públicas catalanas, y
- medios de comunicación catalanes y nacionales (prensa general, económica y especializada, y radio y televisión).

Las acciones que hay que llevar a cabo son las siguientes:

1. Título de la jornada y fecha de celebración. Una vez cerrada la fecha, hay que hacer la petición de reserva de sala. En este caso, tratándose de una asociación, la Fundació La Caixa cede un espacio.

La Fundació dispone de dos espacios donde poder celebrar el evento: la sala Àgora, con una capacidad para 196 personas, y el Auditorio, con una capacidad para trescientas doce.

2. Contacto y confirmación de ponentes. La Junta Directiva de la Asociación, en función del contexto del sector, decide quiénes serán los ponentes para la jornada meses antes. En esta edición, los ponentes serán los siguientes:

- Sr. Pere Laymon, de Miquel Alimentació.
- Sr. Markus Förster, director comercial de Bóboli.
- Sr. David Ordiales, de FNAC.

- Sra. Fuencisla Clemares, de Google.

Hay que pedirles el currículum y la presentación de la ponencia, y se tienen prever las necesidades especiales para el día de la ponencia. Comertia se hace cargo del coste de desplazamiento y alojamiento en caso de venir de fuera de Catalunya.

3. Invitar a la inauguración y a la clausura al Ayuntamiento de Barcelona y a la Generalitat de Catalunya.

La inauguración irá a cargo del Sr. Xavier Trias, alcalde del Ayuntamiento de Barcelona, y la clausura, a cargo del Hble. Sr. F. Xavier Mena, conseller de Empresa y Ocupación.

4. Gestión de patrocinios para la IX Jornada Técnica de Comertia: hay que enviar la propuesta de patrocinio.

Los patrocinadores del 2010 son Factor Energia, La Caixa, Prosegur, Saima, SGS, T-Cuento, Ayuntamiento de Barcelona (promoción económica), Generalitat de Catalunya (CCAM), Diputación de Barcelona (área de comercio).

5. Diseño de la imagen del acto para plasmar en todos los materiales. Esto incluye la definición del concepto visual y la creación de los siguientes materiales:

- *minisite* de la Jornada Técnica de Retail Comertia,
- programa de la jornada,
- acreditaciones,
- adaptación del programa a las pantallas del acto,
- ficha de preguntas a los ponentes por parte de los asistentes, e
- invitaciones a autoridades.



Minisite del evento. <http://www.comertia.net/jornada2011/index.html>

Esto se hace una vez confirmada la asistencia del alcalde y el conseller.

6. Preparación de la convocatoria de asistencia. Incluye:

- redacción de la convocatoria y del programa de la jornada;
- revisión de las listas de distribución del correo electrónico para enviar la convocatoria;
- envío de la convocatoria a todos los listados de distribución, y
- confirmación de asistencia y seguimiento de transacciones de pago.

7. Coordinar el acto con la persona responsable de la Fundació La Caixa Cosmocaixa. Para coordinarse, hay que hacerle llegar la documentación siguiente:

- programa de la jornada técnica;
- número de asistentes previsto;
- nombre y cargo de las personas invitadas a la inauguración y la clausura y el nombre de los ponentes;
- datos de Comertia y datos de la persona que firmará el convenio de cesión de espacios por parte de La Caixa.

8. Contactar y pedir presupuesto a los diferentes proveedores:

- servicio de *catering*,
- servicio audiovisual,

Nota

La jornada es gratuita para el socio de Comertia y de pago para el resto.

- azafatas (una persona para dar asistencia en la sala y cuatro personas en el momento de las inscripciones),
- fotógrafo, e
- impresor.

9. Reservar mesa para comer en el restaurante La Balsa para los ponentes, autoridades y junta de Comertia.

10. Manipular las acreditaciones para los asistentes.

Además de todo esto, hay que tener en cuenta otras acciones para el día del acto.

a) Antes del acto:

- Tareas de organización:
 - Preparar la documentación para entregar a los asistentes (material de patrocinadores –folletos o trípticos–, programa del acto, bolígrafo y bloc de notas).
 - Contactar con diferentes publicaciones (*La Vanguardia* y *El Periódico*) para la posibilidad de tener ejemplares gratuitos el día de la jornada.
 - Hacer llegar al Cosmocaixa uno o dos días antes el material pesado: libros, *banners*, documentación asistentes, etc. Contactar con Anna Guil para comunicarle cuándo llegará el material y quién lo llevará.
 - Llevar las ponencias y las plantillas de Comertia en soporte informático.
 - Supervisar la sala.
- Tareas del gabinete de prensa:
 - Redactar textos para el *minisite* de la jornada.
 - Elaboración del resumen curricular de los ponentes del acto (fotografía y descripción curricular) para los representantes de Comertia (presidente, gerente, moderador del acto).
 - Gestionar la comunicación digital.
 - Contactar con los gabinetes y departamentos de comunicación de ponentes y autoridades para conocer la disponibilidad con respecto a los medios de comunicación.

- Coordinar el contenido de la convocatoria de prensa con los diferentes responsables de comunicación implicados.
- Enviar la convocatoria de prensa a los medios.
- Llevar a cabo un seguimiento de asistencia y cobertura del acto.
- Gestionar las entrevistas previas a ponentes y autoridades.
- Redactar los discursos del presidente de la entidad (inaugural y clausura).
- Preparar el *kit* de prensa para el día del acto.

b) Durante el acto:

- Tareas de organización:
 - Recibir a los asistentes y entregar el material y las acreditaciones.
 - Guardar el material sobrante para recogerlo al día siguiente.
- Tareas del gabinete de prensa:
 - Dar la bienvenida a los periodistas y entregarles el *kit* de prensa.
 - Redactar la nota de prensa.
 - Coordinar la nota de prensa con los diferentes gabinetes de prensa (ponentes y autoridades públicas). Supervisar al resto de los responsables de comunicación.
 - Enviar a los medios la nota de prensa.

c) Después del acto:

- Tareas del gabinete de prensa:
 - Redactar la nota de prensa.
 - Enviar la nota de prensa a los medios.
 - Llevar a cabo un seguimiento de publicaciones.
- Tareas de la organización:
 - Hacer llegar a cada ponente una carta o correo electrónico de agradecimiento y un regalo.

- Agradecer la asistencia a todos los asistentes y enviar una encuesta de satisfacción en línea sobre la jornada técnica.

- Redactar el informe de la IX Jornada Técnica.

d) Valoración de los resultados. Para poder demostrar que se han cumplido los objetivos, el informe de valoración de resultados evaluará lo siguiente:

1. Organización:

- Porcentaje de asistencia de los socios de Comertia.

- Número de asistentes total del año en curso y comparación con ediciones anteriores.

- Captación de nuevos socios.

- Resultados de la encuesta a asistentes.

2. Gabinete de prensa:

- Medios asistentes el día de la jornada y entrevistas concertadas.

- Valoración económica de medios.

- Análisis del contenido aparecido en los medios para corroborar acción de *lobby* de la entidad.

3. Comunicación digital:

- Informes de análisis de la actividad en las redes sociales y tráfico de usuarios en la web de Comertia (a través del *minisite*).

4. Financiera:

- Valoración de los ingresos frente a la inversión realizada.

- Ingresos: patrocinio, importe recogido con inscripciones, colaboraciones, etc.

- Gastos: proveedores.

- Cálculo de beneficio.

e) **Documentación.** Como muestra de la documentación de la jornada, a continuación os presentamos el programa, la acreditación y las preguntas de los ponentes.



IX Jornada Tècnica Comertia
Com generar oportunitats en retail avui

PROGRAMA

08:45 **Recepció d'assistents**

09:15 **Benvinguda a càrrec del Sr. Jordi Tarragona**, president de Comertia
Inauguració de la Jornada a càrrec de:
Sr. Raimond Blasi, Regidor Comerç, Consum i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona
Sr. Jordi Subirana, Diputat Delegat de Comerç i Esports de la Diputació de Barcelona
Presentació de la Jornada a càrrec de Santiago Pagès

09:40 **Creixement en el mercat espanyol**
Sr. David Ordiales
Coordinador Regió Nord FNAC Espanya i Director FNAC El Triangle 

10:15 **Estratègies d'internacionalització**
Sr. Markus Förster
Director Comercial BÓBOLI 

10:50 **Nous serveis, nous ingressos**
Joan Vilanova Caro
Director de Mitjans de Pagament - DT Catalunya LA CAIXA 

11:00 Coffee Break

11:20 **Com Miquel Alimentació ha plantejat fer front a la crisi**
Sr. Pere Laymon
Director General MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP 

11:55 **Creixement a través d'estratègies multicanal**
Sra. Fuencisla Clemares
Retail Industry Leader GOOGLE RETAIL 

12:30 Debat: **Com poden les empreses de retail utilitzar Internet per créixer?**

13:15 **Cloenda de la Jornada**
Honorable Conseller F. Xavier Mena
Conseller d'Empresa i Ocupació
Generalitat de Catalunya



Col·laboradors:
    

Patrocinadors:
    

Amb el suport de:
    

Programa de la IX Jornada Tècnica Comertia.



IX Jornada Tècnica Comertia
Com generar oportunitats en retail avui

Nom i Cognoms
Empresa

comertia
Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail

Col·laboradors:
CAM, Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Diputació de Barcelona, Àrea de Comerç, la Caixa

Patrocinadors:
factorenergia, SGS, T-Quènto, nexe, PROSEGUR

Acreditación para la IX Jornada Técnica Comertia.



comertia
Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail

IX Jornada Tècnica Comertia
Com generar oportunitats en retail avui
3 de Novembre 2011 | Barcelona | COSMOCAIXA - Sala Auditori | 9:00 - 13:30

PREGUNTES A FORMULAR

Empresa/Nom del Ponent a qui adreça la pregunta:.....

Empresa a la que pertany:.....

Pregunta:

.....

.....

.....

Modelo de preguntas de los ponentes para la IX Jornada Técnica Comertia.

7. Acto de constitución de la nueva Corporación Provincial organizado por la Diputación de Lleida

El Departamento de Protocolo de Diputación de Lleida se encuentra, por lo que respecta a la organización de actos, con dos situaciones de partida distintas:

1. Organización de actos propios: la Diputación de Lleida es la anfitriona y, por lo tanto, preside, organiza, invita y financia el acto.
2. Gestión de los actos externos donde se invita al presidente: el departamento de protocolo de la Diputación de Lleida debe tener muy claro si se invita a asistir al acto o a presidirlo.

Una vez aclarado este punto³ y hecha la valoración pertinente, la invitación inicial se resolverá siguiendo una de las siguientes vías:

- Excusar la asistencia del presidente.
- Delegar en un vicepresidente o diputado, entendiendo que no ocupará el lugar del presidente.
- Con la asistencia del presidente.

En el supuesto de que el presidente confirme su asistencia y sabiendo que quien organiza un acto es el anfitrión, la tarea del departamento de protocolo se limita a supervisar el buen funcionamiento. Sobre todo cuando el presidente tiene que presidir el acto, por deferencia con el anfitrión, se colabora en la elaboración del programa, aunque sin olvidar que el acto no es “nuestro”.

Se debe tener en cuenta que el ámbito de actuación habitual de la Diputación es de alcance provincial; en la gran mayoría de las ocasiones, los actos son promovidos y organizados por pequeños municipios, que no disponen de servicio o personal con formación en protocolo y piden ayuda al Departamento de Protocolo de la Diputación.

a) Situación de partida. A continuación de las elecciones municipales, se fue engranando el proceso de toma de posesión de las diferentes autoridades municipales. Después de los actos de constitución de los ayuntamientos, se distribuyeron las diversas actas de diputados provinciales por partidos judiciales y partidos políticos.

Una vez transcurrido el tiempo necesario, se tenía que constituir la nueva Corporación de la Diputación y elegir al nuevo presidente.

Autoría

Estudio de caso elaborado por Elisabet Vila Vinós, técnica de Protocolo de la Diputación de Lleida.

⁽³⁾Por extraño que pueda parecer, a veces la invitación no lo deja del todo claro.



Fotografía oficial de la nueva corporación. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotògrafs.

Una vez aclarado quién sería el diputado provincial en la nueva legislatura y qué peso político sería el determinante en la nueva Corporación Provincial, se podía entrever si habría o no cambio de “color político” en la presidencia, y con esto se podían ir empezando las reuniones preparatorias con más o menos tiempo de antelación.

b) Objetivos. Organizar el acto de constitución de la nueva Corporación Provincial, en el que toman posición los diputados electos.

c) Descripción de la acción. Este acto de constitución de la nueva Corporación tenía que incluir también el acto de votación e investidura del nuevo presidente. Los aspectos que había que trabajar eran los siguientes:

1. Legislación. Había que tener en cuenta el formato administrativo del acto y velar por la aplicación de la legislación vigente de acuerdo con la Secretaría General de la institución. También había que tener en cuenta la ordenación de las autoridades presentes (RD 2099/1984).



Investidura del presidente. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotògrafs.

2. Relaciones públicas:

- Internas. Comunicación, información e invitación del personal de la casa.
- Externas. Elaboración cuidadosa del listado de invitados al acto:
 - Primeras autoridades municipales.
 - Consellers de la Generalitat.
 - Diputados y senadores de Madrid.
 - Diputados del Parlamento de Cataluña.
 - Presidentes de consejos comarcales.
 - *Síndic d'Aran*.
 - Familiares.
 - Alcaldes.
 - Directores de los SS. TT. de la Generalitat en Lleida.

- Expresidentes de la Diputación.
- Exdiputados.
- Otros.

Proveedores.

Medios de comunicación.

3. Organización del acto

- Reuniones preparatorias con el nuevo equipo de gobierno y la secretaría general de la institución.
- Elaboración del cronograma de la jornada.
- Elaboración del guión de cada uno de los actos consecutivos que tienen que conformarlo.
- Elaboración del *check list*, que detalle todas las necesidades de infraestructura, selección y adecuación de los espacios, decoración, papelería, señalización, personal, distribución de tareas, etc.
- *Timing* de elaboración de la invitación (salida vía mail o vía correo ordinario), elaboración de la lista de invitados, recibimiento de confirmaciones, fecha de inicio de las llamadas de seguimiento y elaboración de las listas definitivas de asistencia.
- Reuniones informativas del funcionamiento del acto con la Mesa de Edad, presidencia y diferentes grupos políticos.
- Reuniones de trabajo informativas para el personal de apoyo que tiene que participar y asignación concreta de tareas y responsabilidades:
 - personal de apoyo de la casa,
 - proveedores externos,
 - seguridad, y
 - brigada de montadores.
- Previsión de posibles escenarios adversos para tener planes de urgencia previstos.
- Reunión posterior de valoración de funcionamiento y sugerencias de mejora para próximas ocasiones.



El acto se pudo seguir desde diferentes salas. De izquierda a derecha, la sala de plenos, la sala de actos y a la derecha, sala Viladrich. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotógrafos.



Sala de plenos. Mesa de Edad. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotógrafos.

d) Valoración de los resultados. Este es un acto que representa un caso especial, puesto que, normalmente, a la hora de plantear la organización de un evento se fija primero un objetivo y, en función de este, se diseña el acto “a

medida”, teniendo en cuenta qué se quiere comunicar y cuál será la forma más adecuada para llegar al *target* que nos interesa. Este objetivo debe determinar totalmente el formato del acto, el ritmo y la naturaleza.

En el caso que os presentamos no hay vuelta de hoja en el contenido y objetivo primarios: constituir una nueva corporación.

De todos modos, siempre se puede “comunicar” una cosa u otra en función de cómo se definan ciertos detalles, como por ejemplo:

- quién conforma la lista de invitados;
- el listado final de asistentes;
- la ostentación o sencillez en los detalles de la organización;
- el trato cuidadoso y profesional a todas las personas que participan en el acto, tanto a los invitados como a los proveedores, personal interno, medios de comunicación, políticos...

Así pues, los resultados en un acto como este se valorarán en función de la respuesta de satisfacción de las siguientes personas:

- presidencia,
- asistentes al acto,
- trabajadores de la Diputación,
- proveedores externos, y
- medios de comunicación.

Además de lo anterior, también se valorará la repercusión del acto en los medios de comunicación que le han dado cobertura.

e) **Documentación.** Como muestra de la documentación del acto, a continuación os presentamos tres modelos de tarjetones de invitación, el programa general del acto, el guión del acto, los textos de juramento o promesa de los diputados y el presidente, la memoria de organización y los planos de distribución de las salas y el listado de asistentes.



Imposición de atributos a los diputados. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotògrafs.



Vista sala de prensa. Autor: Genaro Massot & Alex Hernandez Fotògrafs.

Modelos de tarjetón de invitación al acto

Jaume Gilabert i Torruella
Presidente en funciones de la Diputación de Lleida,

se complace en invitarle al acto de constitución de la nueva Corporación Provincial, que tendrá lugar el próximo día 11 de julio a las 10.30 h en el Palacio de la Diputación de Lleida (c/ Carme, 26), sala de actos.

Lleida, julio del 2011

Se ruega confirmación de asistencia: 973 70 40 75 - protocol@diputaciolleida.cat
Es necesario presentar la invitación.



Jaume Gilabert i Torruella
Presidente en funciones de la Diputación de Lleida,

se complace en invitarle al acto de constitución de la nueva Corporación Provincial, que tendrá lugar el próximo día 11 de julio a las 10.30 h en el Palacio de la Diputación de Lleida (c/ Carme, 26), sala de plenos.

Lleida, julio del 2011

Se ruega confirmación de asistencia: 973 70 40 75 - protocol@diputaciolleida.cat
Es necesario presentar la invitación.



Jaume Gilabert i Torruella
Presidente en funciones de la Diputación de Lleida,

se complace en invitarle al acto de constitución de la nueva Corporación Provincial, que tendrá lugar el próximo día 11 de julio a las 10.30 h en el Palacio de la Diputación de Lleida (c/ Carme, 26), sala Viladrich.

Lleida, julio del 2011

Se ruega confirmación de asistencia: 973 70 40 75 - protocol@diputaciolleida.cat
Es necesario presentar la invitación.

Programa general del acto

Diputación de Lleida Acto de constitución de la Corporación Provincial 2011-2015	
Programa para el presidente y diputados Lunes día 11 de julio del 2011	
10.30 h	Pleno de constitución de la nueva Corporación de la Diputación de Lleida (sala de plenos, 1.ª planta)
12.15 h	Copa de cava (sala de exposiciones, planta baja)
12.15 h	Rueda de prensa del presidente de la Diputación de Lleida (sala de prensa, planta -1)
13.30 h	Pleno extraordinario y urgente de aprobación del cartapacio, 1.ª parte (sala de plenos, 1.ª planta)
14.00 h	Fotografía oficial de la nueva Corporación (sala de plenos, 1.ª planta)
14.10 h	Fotografía oficial individual de todos los diputados (escalera principal, rellano 2.º piso)

Guión del acto

A. Presentación de credenciales

Antes de la sesión, los señores y señoras diputados entregarán al secretario general de la Corporación, o bien a los funcionarios encargados, las credenciales expedidas por las juntas electorales de zona, las cuales acreditan su condición de diputado o diputada, acompañadas de la fotocopia del documento nacional de identidad y de la declaración de bienes y actividades.

B. Desarrollo de la sesión

- **Primero: Constitución de la Mesa de Edad**

Los señores y señoras diputados entrarán en el salón de plenos y ocuparán los asientos laterales (lugares provisionales).

La Mesa de Edad, constituida por el diputado o diputada de más edad, por el más joven y por el secretario de la Corporación, ocuparán: el primero la presidencia, el segundo la derecha y el tercero la izquierda.

El presidente declarará constituida la Mesa:

“La Mesa de Edad ha quedado constituida por el presidente/a señor/a _____, diputado/a electo de más edad, y vocal el señor/a _____, diputado/da de menos edad. Actúa de secretario el Sr. Ramon Bernaus i Abellana, secretario general de la Diputación.”

- **Segundo: Inicio de la sesión**

La presidencia de Mesa comprobará las credenciales presentadas de los señores y señoras diputados electos y, previa comprobación de la presencia de la mayoría absoluta del número de los diputados electos, declarará iniciada la sesión.

La presidencia de Mesa pronunciará:

“Comprobadas las credenciales y la existencia del quórum necesario (mayoría absoluta) para la celebración de este acto, se declara abierta la sesión.”

A continuación, el señor secretario general de la Diputación leerá los nombres de los señores y señoras diputados electos, a efectos de asistencia y constitución de la Corporación, así como los preceptos sobre estas elecciones locales y los que regulan el desarrollo de este acto, principalmente los siguientes:

Artículo 3 de Real Decreto 424/2011, de 28 de marzo, de Convocatoria de Elecciones Locales, artículos 207 de la Ley Orgánica 5/85, de 19 de junio, de Régimen Electoral General y el artículo 57 del Reglamento de organización, funcionamiento y régimen jurídico de las entidades locales aprobado por Real Decreto 2568/86, de 28 de noviembre.

- **Tercero: Juramento o promesa del cargo de los miembros de la Corporación**

En primer lugar, a propuesta del secretario, jurará o prometerá el cargo el presidente o presidenta de Mesa y a continuación, el diputado o diputada de menor edad.

A continuación, la Presidencia de Mesa dará lectura de la fórmula de juramento o promesa y con posterioridad se dirigirá a cada uno de los señores diputados electos, según relación ordenada alfabéticamente, para pedirles que juren o prometan el cargo.

Este juramento lo harán desde el propio escaño, de pie, después de ser llamados por la Presidencia de Mesa. La fórmula consta en la documentación adjunta.

- **Cuarto: Constitución de la Corporación**

Finalizado el juramento o promesa del cargo, la presidencia de la Mesa de Edad pronunciará las palabras siguientes:

“De acuerdo con las disposiciones vigentes, se declara constituida la Diputación de Lleida”.

- **Quinto: Elección de presidente**

La presidencia de Mesa anuncia que a continuación se procederá a la elección del presidente y pregunta a los diputados cuáles son los candidatos a la presidencia de la Corporación por orden de menor a mayor representación:

- Convergència Democràtica Aranese (CDA-PNA),
- Partido Popular (PP),
- Esquerra Republicana de Catalunya (ERC-AM),
- Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC-PM),
- Convergència i Unió (CiU).

Los representantes de los grupos políticos indican los nombres de los candidatos. El presidente de Mesa dice:

“A continuación se procederá, por votación secreta, a la elección del presidente de la Diputación”.

El secretario informará de que, para la elección del presidente, el candidato tiene que obtener la mayoría absoluta en la primera votación y simple en la segunda (art. 207 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General).

Los señores y señoras diputados tendrán las papeletas para la votación en la documentación que se les habrá entregado.

La presidencia de la Mesa de Edad pronunciará las palabras siguientes:

“Se ruega a los señores y señoras diputados que vayan entregando las papeletas a esta Mesa.”

El secretario general anunciará el nombre de cada uno de los señores y señoras diputados por orden alfabético para que depositen la papeleta en la urna.

A continuación, la Mesa procederá al escrutinio y hará público el resultado.

Si un diputado o diputada obtiene la mayoría absoluta, la presidencia de la Mesa pronunciará las siguientes palabras:

“Queda proclamado presidente/a de la Excm. Diputación de Lleida, el Ilmo./a. Sr/a. _____”.

- **Sexto: Juramento o promesa del cargo de presidente o presidenta de la Diputación**

La presidencia de la Mesa de Edad anunciará, como punto del orden del día:

“Juramento o promesa del cargo de presidente de la Corporación de acuerdo con el Real Decreto 707 de 5 de abril de 1979”.

El nuevo presidente de la Diputación se traslada a la mesa presidencial y, haciendo lectura el presidente de Mesa, promete o jura el cargo de acuerdo con la fórmula del mencionado Real Decreto (la fórmula consta en la documentación que se adjunta).

- **Séptimo: Incorporación del Ilmo./a. Sr/a. presidente/a de la Diputación**

Una vez el Ilmo./a. Sr/a. presidente/a de la Diputación ha jurado o ha prometido el cargo, la presidencia de la Mesa de Edad le entregará los atributos de venera, insignia y vara y le pedirá que se incorpore, acto seguido, al escaño presidencial. Los miembros de la Mesa de Edad pasarán a ocupar sus lugares reservados.

- **Octavo: Entrega de distintivos al resto de los miembros de la Corporación**

El Ilmo./a. Sr/a. presidente/a impondrá a los Iltes. diputados y diputadas los distintivos correspondientes al cargo (insignia y venera).

- **Noveno: Turno de parlamentos**

Intervención de los representantes de cada partido político, por orden creciente de número de diputados, para la explicación de voto:

- Convergència Democràtica Aranese (CDA-PNA),
- Partido Popular (PP),
- Esquerra Republicana de Catalunya (ERC-AM),
- Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC-PM),
- Convergència i Unió (CiU).

Cerrará la sesión el Ilmo./a. Sr/a. presidente/a.

Textos de juramento o promesa

Diputados

“Juro (o prometo) por mi conciencia y honor cumplir fielmente las obligaciones del cargo de diputado/a de esta Diputación con lealtad al Rey, y guardar y hacer guardar la Constitución como norma fundamental del Estado y el Estatuto de Autonomía de Catalunya.”

Presidente

“Juro (o prometo) por mi conciencia y honor cumplir fielmente las obligaciones del cargo de presidente de esta Diputación con lealtad al Rey, y guardar y hacer guardar la Constitución como norma fundamental del Estado y el Estatuto de Autonomía de Catalunya.”

Memoria de organización del pleno de constitución de la nueva Corporación

11 de julio del 2011

10.30 h

Sala de plenos de la Diputación de Lleida

Resumen de organización

1. Reuniones previas:

- Secretaría General;
- jefe de mayordomía, jefe de brigada y ordenanzas;
- proveedores;
- presidencia, y
- grupos políticos.

2. Invitaciones:

- El tarjetón de invitación se imprime en Protocolo.
- Se envía de avance por mail y después por correo la versión impresa.

3. Montaje:

- Se contrata a la empresa [nombre empresa] (dirección, teléfono y persona de contacto) para circuito cerrado de televisión para grabar el pleno. La distribución de las tareas por salas es la siguiente:
 - Grabación: sala de actos.
 - Realización: sala Viladrich
 - Retransmisión: sala Viladrich, sala de prensa y sala de actos.
- Se instalan tres cámaras en la sala de plenos encima de una tarima detrás de los bancos.
- Se colocan dos tarimas cuadradas para la prensa gráfica al fondo de la sala de plenos en ambos extremos.
- Se alquilan a la empresa [nombre empresa] (dirección, teléfono y persona de contacto) ciento veinte sillas sin brazos.
- Se encarga a la empresa [nombre empresa] (dirección, teléfono y persona de contacto) un ramo de flores para encima de la mesa redonda de la sala Viladrich y un centro de flores pequeño para la mesa de reuniones del despacho del presidente.

4. Sala de plenos:

- Se quita de la sala la barandilla grande de delante de los bancos.
- Se colocan cincuenta sillas: cinco sillas por fila con un total de diez filas + tres bancos.
- El último banco se reserva para la prensa.
- En el segundo banco se reservan dos lugares para Secretaría General.
- Se pone una mesita a la derecha de la mesa de presidencia para poner veneras, insignias y “bastón de mando”.
- Se colocan tres sillas en la mesa de presidencia.
- Se colocan doce butacas a cada lado (escaños).
- En cada escaño se deja un tarjetón pequeño con el nombre de los diputados para indicarles el lugar donde se tienen que ubicar y una carpeta verde con la documentación siguiente:
 - guión del acto (díptico hecho en la imprenta);

- pergamino juramento o promesa;
 - listados de diputados por orden alfabético, partido judicial y partido político;
 - sobre y papeleta de votación del presidente;
 - bolígrafo, y
 - tarjeta resumen de todos los actos de la mañana y hora y lugar de cada uno: pleno, rueda de prensa, copa de cava, segundo pleno, fotografía de grupo y fotografía individual.
- Una vez acabado el primer pleno, se quitan las sillas alquiladas, se recolocan las butacas de la mesa de presidencia (pasa de tres a cinco) y de los escaños para el segundo pleno (pasan de doce y doce a la distribución necesaria según la distribución de diputados por partidos).
 - Se ponen tarjetones con el nombre de los diputados en cada escaño para saber el orden en que tienen que sentarse los diputados a partir de ahora en los plenos (previamente pactado con cada uno de los grupos políticos).

5. Sala Viladrich:

- Se colocan cuatro filas de sillas x catorce de longitud con pasillo en medio (sillas como las de la sala de plenos).
- Se dejan abiertas las tres puertas de acceso desde el pasillo exterior.
- Se abren las dos puertas de acceso a la sala de plenos de los extremos. La del centro queda cerrada y con las cortinas echadas y se coloca la *senyera*.
- Se colocan las dos televisiones para la retransmisión centradas en los paneles entre puertas.
- Se ponen las cuatro lámparas de pie en los extremos.
- El equipo de realización se instala en la sala Viladrich al lado de la puerta de acceso a la sala de plenos.
- La mesa redonda se coloca en el rincón entrando a la derecha al fondo con un ramo de flores en un jarrón.
- Una vez finalizado el primer pleno, la brigada desmonta todas las sillas de alquiler y se colocan las verdes habituales de la sala Viladrich en su lugar, para que si alguien quiere ver la retransmisión del segundo pleno se pueda sentar.

6. Sala de prensa:

- Para la rueda de prensa del presidente que se hizo después del primer pleno, se retiraron de la mesa de presidencia todas las sillas menos una, ya que solo tenía que comparecer el presidente.

7. Sala de exposiciones:

- Se contrata a la empresa [nombre empresa] (dirección, teléfono y persona de contacto) para servir la copa de cava.

8. Distribución de invitados:

- Sala de plenos:
 - primeras autoridades,
 - *consellers*,
 - diputados y senadores,
 - diputados en el Parlamento,
 - presidentes consejos comarcales,
 - directores SS. TT. Gencat en Lleida,
 - familia del presidente,
 - expresidentes de la Diputación de Lleida y esposas,
 - cónsul de Perú,
 - exdiputados Diputación de Lleida,
 - alcaldes jefes de comarca, e
 - invitados personales del presidente.
- Sala Viladrich:
 - alcaldes,
 - regidores,
 - representantes de partidos políticos, e
 - invitados presidencia.
- Sala de actos:
 - familiares de los diputados, y
 - asistentes que no habían confirmado su asistencia.
- Sala de prensa:

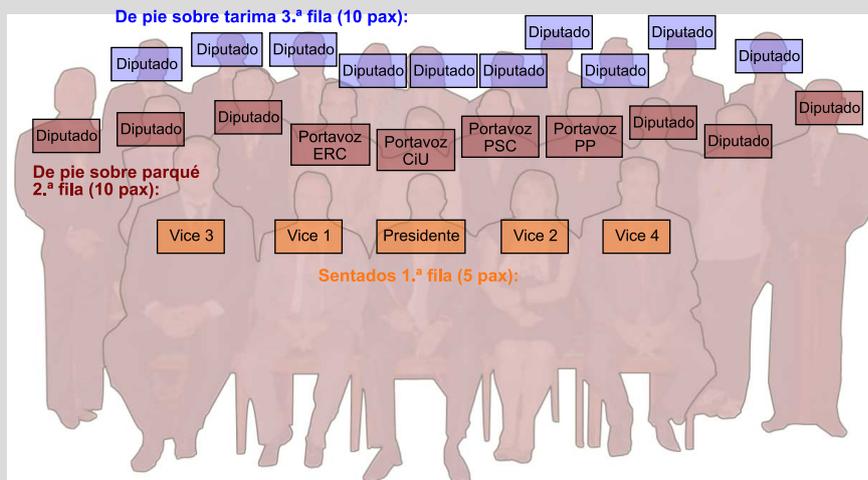
- periodistas.

9. Fotografía de grupo:

Se hizo en la sala de plenos. Puesto que se hace después del segundo pleno, ya están escogidos los vicepresidentes y la fotografía puede hacerse teniendo en cuenta este hecho (si no, se haría con el orden precedente de los portavoces).

El orden es el siguiente:

- Tercera fila: de pie, sobre la tarima, diez diputados.
- Segunda fila: de pie, sobre el parqué, en la parte central los portavoces de ERC, CiU, PSC y PP, y tres diputados en cada lateral.
- Primera fila: sentados, el presidente y los vicepresidentes (en el centro, el presidente, y los vicepresidentes se van colocando junto al presidente por orden).



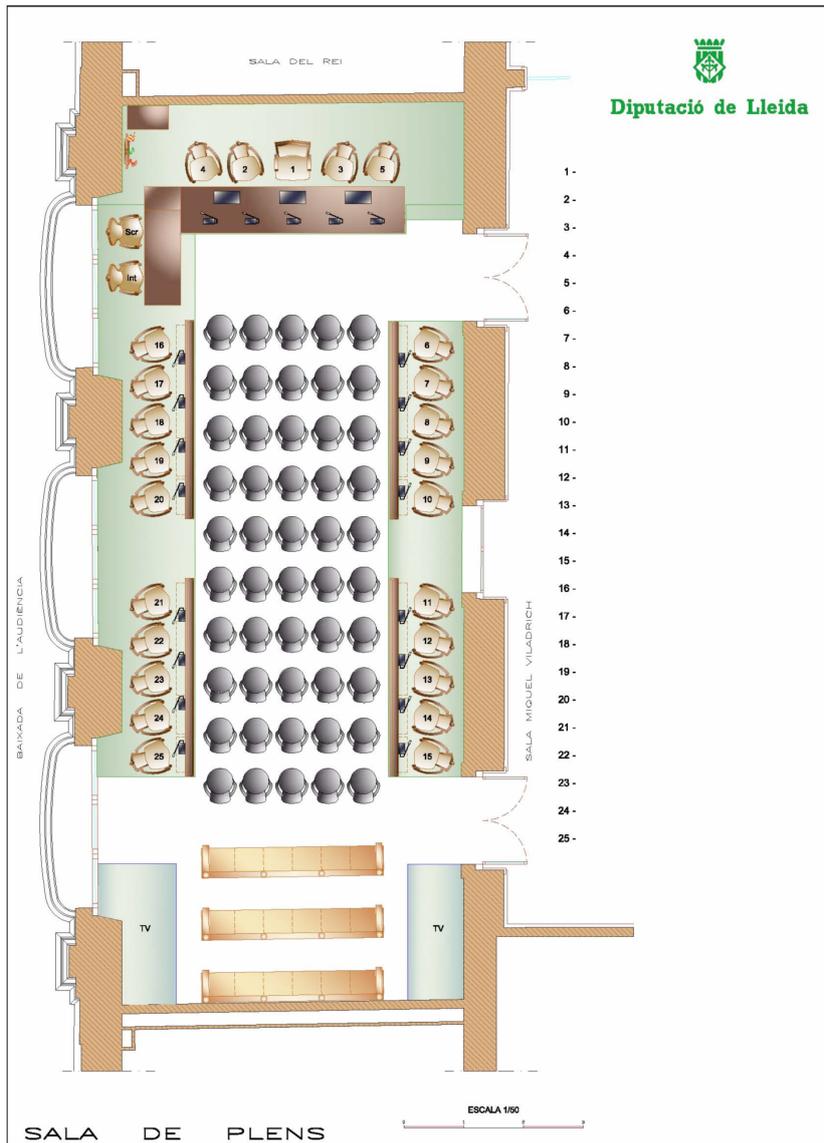
Esquema de colocación de los miembros de la nueva Corporación.

10. Notas de mejora:

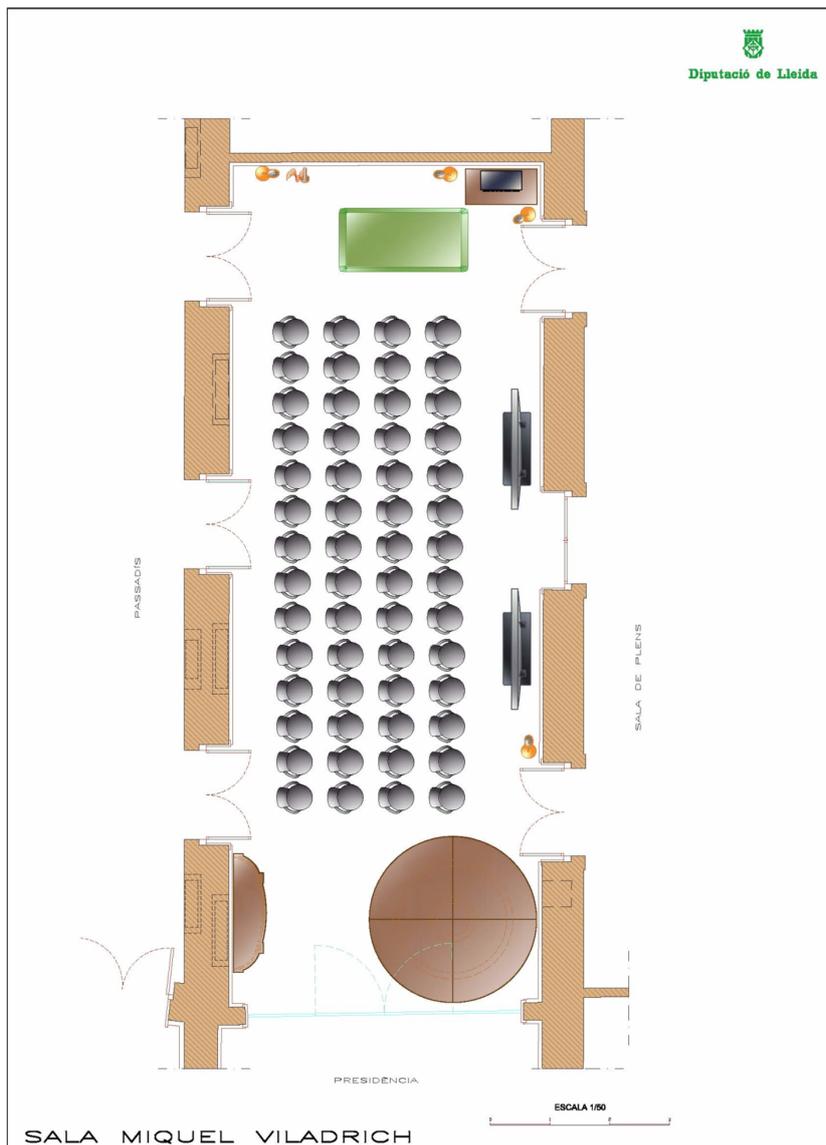
- Añadir dos personas al apoyo en la recepción y distribución de invitados.
- Mejorar la gestión del aparcamiento.

Planos de las salas

A continuación podemos ver los planos de varias salas.



Plano de distribución de la sala de plenos.



Plano de distribución de la sala Viladrich.

Listado de asistentes al acto de constitución de la Corporación 2011-2015 de la Diputación de Lleida

Día: 11 de julio del 2011

Hora: 10.30 h

Lugar: sala de plenos Diputación

Apellido	Nombre	Cargo	Sala	Conf.	Fila
Consellers Generalitat					
Consejos comarcales (presidentes)					
Conselh Generau d'Aran					
Ex presidentes de la Diputación					

Apellido	Nombre	Cargo	Sala	Conf.	Fila
Diputados en el Parlamento de Catalunya					
Diputados y senadores en Madrid					
Directores de SS. TT. en Lleida					
Primeras autoridades municipales					
Familiares diputados					
Otros					