

Treball de fi de grau

Títol

**EventSO: organización de eventos solidarios
para entidades sociales sin ánimo de lucro**

Autor/a

Úrsula Carqueijeda Molinillo

Tutor/a

Marta Sabater Casals

Departament	Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Projecte
Data	01/06/2017

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: **EventSO: organització d'esdeveniments solidaris per entitats socials sense ànim de lucre**

Castellà: **EventSO: organización de eventos solidarios para entidades sociales sin ánimo de lucro**

Anglès: **EventSO: organization of solidarity events for non-profit social entities**

Autor/a: Úrsula Carqueijeda Molinillo

Tutor/a: Marta Sabater Casals

Curs: 2016/17

Grau: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: **organització, esdeveniments solidaris, entitats socials, captació de fons**

Castellà: **organización, eventos solidarios, entidades sociales, captación de fondos**

Anglès: **organization, events, solidarity events, social entities, fundraising**

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: EventSO és una empresa organitzadora d'esdeveniments destinats a entitats socials que són membres de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. El seu esperit i filosofia pretén conscienciar i sensibilitzar la població de les problemàtiques reals presents a la societat. Els objectius principals són: realitzar actes que aconseguixin atraure al major nombre d'assistents, captar fons, així com arribar a acords de col·laboració i patrocini amb institucions i empreses. Els serveis que s'ofereixen són individuals i personalitzats per cadascuna de les entitats i comprenen totes les fases pròpies d'un esdeveniment.

Castellà: EventSO es una empresa organizadora de eventos destinados a entidades sociales que son miembros de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Su espíritu y filosofía pretende concienciar y sensibilizar a la población de las problemáticas reales presentes en la sociedad. Los objetivos principales son: realizar actos que consigan atraer al mayor número de asistentes, captar fondos, así como llegar a acuerdos de colaboración y patrocinio con instituciones y empresas. Los servicios que se ofrecen son individuales y personalizados para cada una de las entidades y comprenden todas las fases propias de un evento.

Anglès: EventSO is an event organising company for social entities who are members of Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Its spirit and philosophy aims to make the population aware of the real problems present in society. The main goals are: to perform acts that attract the most number of participants, raise funds, reach collaboration agreements and sponsorship by institutions and companies. The services offered are individual and customized for each entity and include all the phases of an event.



**Organización de eventos solidarios destinados a
entidades sociales sin ánimo de lucro**

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	1
2. PLAN DE MARKETING	2
2.1 Análisis y estudio del mercado objetivo	2
2.1.1 Demanda	3
2.1.1.1 Entidades sociales catalanas no lucrativas	4
2.1.1.2 Personas	8
2.1.1.3 Administraciones e instituciones públicas y privadas	18
2.1.2 Oferta	19
2.1.2.1 Competencia directa: empresas de organización de eventos	20
2.1.2.1.1 Bocemtium	20
2.1.2.1.2 Alo Spain Congress	22
2.1.2.1.3 Dicom Events	23
2.1.2.2 Entidades sociales que organizan eventos internamente	24
2.1.2.2.1 Fundació Pere Tarres	25
2.1.2.2.2 Projecte Home	29
2.1.2.2.3 Federació d' Entitats d' Atenció a la Infància i l'Adolescència (FEDAIA)	33
2.1.3 Proveedores e intermediarios	37
2.1.4 Otros componentes del mercado	38
2.1.4.1 Estacionalidad	38
2.1.4.2 Intervenciones administrativas	39
2.3 Análisis de situación DAFO	40
2.3 Definición y selección del público objetivo	41
2.4 Definición de los objetivos comerciales e ideológicos	41
2.5 Políticas de marketing o marketing mixt	42
2.5.1 Tipo de estrategia	42
2.5.2 Definición del servicio	42
2.5.3 Fijación de la política de precio	44
2.5.4 Estrategia de distribución	44
2.5.5 Plan de comunicación	45
3. PLAN DE PRODUCCIÓN O PLAN DE OPERACIONES	48
3.1 Plan de producción o de prestación del servicio	48
3.2 Organización del evento	51
3.1.1 Cliente y promotor	51
3.1.2 Objetivos del evento	52
3.1.3 Tipo de evento	53
3.1.4 Timing (fecha, hora y lugar)	53
3.1.5 Promoción y comunicación del evento	55
3.1.6 Número de asistentes previsto	57
3.1.7 Espacios	59
3.1.8 Programa	64
3.1.9 Cronograma	65
3.1.10 Proveedores y recursos	67
3.1.11 Presupuesto del evento	73
3.1.12 Recaudación de fondos prevista	74
3.1.13 Valoración final	75
3.3 Cantidad y costes de los factores de producción	76
○ Localización	76
○ Inversiones de capital fijo y costes iniciales	76
○ Costes capital fijo	77
○ Costes aprovisionamiento	78

○ Otros costes de producción	78
○ Costes de personal	79
○ Costes de comercialización	79
○ Costes de administración	80
4. ORGANIGRAMA. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMRESA	80
4.1 Relaciones de jerarquía y coordinación dentro de la empresa	80
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	82
5.1 Plan de inversiones iniciales y presupuesto de capital	82
5.2 Presupuesto de explotación	83
6. ESTRUCTURA JURÍDICA-ECONÓMICA Y TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	86
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	90
ANEXOS	94

1. RESUMEN EJECUTIVO Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

EventSO S.L es una pequeña empresa creada en Barcelona, formada por dos socios y que cuenta con cuatro trabajadores, a los que se unen profesionales freelance de manera puntual. Fusiona dos ámbitos: el Tercer Sector Social de Catalunya y la organización de eventos. Por esta razón, su denominación representa una palabra compuesta por ambos conceptos, “event” y “SO”, que corresponde a un doble juego de palabras que puede identificarse como solidarios o sociales, en referencia a los colectivos a los que atiende. El logo creado representa la unión de la sociedad mediante iconos que muestran a individuos y los colores reflejan simbólicamente la diversidad existente en ella.

La empresa ha hecho una inversión inicial de 18.000 € compuestos por el capital social mínimo y un préstamo bancario que será devuelto a largo plazo. No recibe ningún tipo de subvención ni con ingresos por publicidad. El público objetivo está formado por las 3.034 entidades sociales miembros de la Taula d’Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya, una institución catalana que agrupa a entidades sin ánimo de lucro. En un contexto económico-social como el que se está viviendo hoy en día, la propia sociedad es la que ha decidido aportar su grano de arena y sumarse cada vez más a iniciativas solidarias de todo tipo que permiten a las entidades seguir financiándose mediante la recaudación de fondos, entre otras acciones.

Por este motivo, la creación de la empresa es interesante puesto que supone una estructura firme capaz de organizar acciones efectivas y exitosas para este tipo de entidades no lucrativas. Pese a la gran presencia de empresas competentes en el mercado que destinan sus servicios a la organización de cualquier tipo de evento, EventSO pretende diferenciarse ofreciendo un servicio concreto y especializado para un cliente determinado. En este sentido, se encarga de planificar actos que comprenden todas las fases propias de un evento. Todos ellos son personalizados y se adaptan a las demandas y necesidades de las entidades. En cuanto a los precios, éstos no pueden ser establecidos ni están estipuladas las tarifas ya que varían en función de factores diversos, así como: recursos, proveedores, acuerdos de colaboración y patrocinio, entre otros.

La filosofía de la empresa defiende la importancia de concienciar y sensibilizar a la población sobre las problemáticas existentes en ella y prioriza el hecho de cumplir objetivos en cuanto a la recaudación de fondos, a generar grandes ganancias a nivel empresarial. Por este motivo, durante el primer y el segundo ejercicio económico, EventSO no presentará beneficios.

2. PLAN DE MARQUETING

2.1 Análisis y estudio del mercado objetivo

El área geográfica en el que se desarrollan los servicios que realiza EventSO es la comunidad autónoma de Catalunya. En la tabla siguiente, se resumen los datos principales en cuanto a territorio y población catalana.

VARIABLES	
Geográficas	Densidad: 234,3 h/km ²
Demográficas	Población total: 7.522.596 Hombres: 3.697.368 Mujeres: 3.825.228
Psicográficas y sociográficas	Tasa de paro: 453,6 Tasa de riesgo de pobreza o de exclusión social: 22,5 (2016)

Figura 1. Tabla de elaboración propia con datos sobre demografía, sociedad y condiciones de vida, extraídos del Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT).

La finalidad del análisis de mercado es conocer tanto datos estadísticos referentes a Catalunya en cuanto a geografía y a población, como los distintos actores que intervienen en el Tercer Sector Social de Catalunya para así poder establecer el público objetivo de la empresa.

El Tercer Sector Social de Catalunya¹ se define como el conjunto de entidades privadas sin ánimo de lucro que reinvierten sus beneficios en la propia actividad. Se trata de organizaciones con personalidad jurídica e inscritas en un registro público. Este tipo de entidades concentran su acción en la inclusión y en la cohesión social prestando especial atención a los colectivos más vulnerables de la sociedad, así como en la promoción de la persona independientemente de su condición.

Estudios elaborados en los últimos años tanto en el ámbito catalán, como español e internacional han manifestado la gran relevancia de este sector en el conjunto de la sociedad y la necesidad real y existente de desarrollar políticas sociales que garanticen el estado del bienestar. El Tercer Sector define un concepto que engloba todas aquellas entidades gubernamentales y no lucrativas y se diferencia principalmente del denominado Primer Sector o Sector Público y del Segundo Sector, que engloba el mundo de la empresa privada no gubernamental y lucrativa.

¹ TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Definició*. [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/tercer-sector-social/definicio

Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya

La institución que regula el desarrollo y funcionamiento de las entidades sociales en Catalunya y para la que destina sus servicios EventSO, es la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya². Se trata de una institución creada el año 2003 bajo la forma jurídica de asociación gracias a la iniciativa de las entidades socias. Está inscrita en el Registro de entidades Jurídicas de la Generalitat de Catalunya con el número 29414 y se rige basándose en la Ley de Asociaciones, 07/1997³.

Representa el conjunto de entidades sociales catalanas y agrupa a un total de 36 federaciones y grandes organizaciones dentro del Tercer Sector Social catalán que a la vez aglutinan a más de 3.000 entidades sociales no lucrativas, en concreto a 3.034. Todas ellas tienen un objetivo primordial común, luchar en defensa de los derechos sociales y de la atención de las personas.

En la misma dirección, la función principal que desarrolla la institución es la de trabajar para conseguir y aportar visibilidad al esfuerzo diario y constante que se realiza desde el Tercer Sector en la defensa de personas y de situaciones de vulnerabilidad social que sufren. En relación a este aspecto, impulsan y defienden una Catalunya en la que sea posible la igualdad, la calidad de vida y en la que los derechos sociales de todas las personas sean reales y efectivos. Se encarga también, de representar el sector ante administraciones públicas, medios de comunicación y el resto de instituciones y agentes sociales. Además, de fomentar una ciudadanía participativa, responsable y comprometida.

2.1.1 Demanda

Es importante definir y analizar quién interviene en la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya y cómo lo hace. De este modo, será posible conocer el mercado en el cual se desarrolla sus servicios la empresa. Pese a que los posibles clientes serán exclusivamente las entidades como tal, es necesario analizar también a las personas que forman parte de ellas (colectivos atendidos, trabajadores, voluntarios, socios y donantes) y las administraciones e instituciones (públicas o privadas) que colaboran. Todas ellas no actúan de manera independiente sino en común.

²TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Presentació*. [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/qui-som/presentacio

³Ley 07/1997, del 18 de junio, de Asociaciones, BOE núm. 176 (1997). [En línea] Disponible en: www.boe.es/boe/dias/1997/07/24/pdfs/A22612-22620.pdf

La Taula d'Entitats Tercer sector Social de Catalunya elabora desde el año 2015 el Barómetro del Tercer Sector. Un esfuerzo colectivo realizado por las más de 3.000 entidades sociales catalanas que pertenecen a las federaciones miembros de la institución. Se trata de una herramienta ágil, clara y anual que muestra datos recientes y objetivos del sector y de las entidades que forman parte. Representa un análisis complementario al de los anuarios, estudios de mayor abasto, más profundos y más costosos. Desde la institución declaran a través de su página web, que se trata de una información totalmente útil y reconocen que se realiza para: “Conocer mejor cuál es nuestra aportación a la sociedad, su abasto, y cuáles son las dificultades y los medios que tenemos hoy para poder solucionarlas”.

El responsable del área de comunicación de la Taula d'Entitats Tercer Sector Social de Catalunya, Rai Barba⁴, ha sido quien ha facilitado esta documentación en un primer encuentro, aunque también puede ser consultada a través de la página web⁵.

2.1.1.1 Entidades sociales catalanas no lucrativas

En este primer apartado se engloban concretamente las distintas organizaciones: entidades, fundaciones, federaciones y asociaciones que forman parte de la Taula d'Entitats del Tercer sector Social de Catalunya puesto que son las que actúan principalmente en el territorio catalán y en las que EventSO focaliza su acción.

Como se ha comentado previamente, forman parte un total de 36 federaciones que aglutinan a un conjunto de 3.034 entidades. Éstas se pueden consultar a través del mapa-buscador interactivo⁶ elaborado por la propia institución. A pesar de que también se incluyen otras 135 entidades del Tercer Sector, que no son miembros de la Taula. La búsqueda de las entidades puede realizarse a través de distintos parámetros: nombre, situación geográfica, colectivo al que atiende, ámbito de intervención o la demanda de colaboración.

⁴ Referencia de la fuente documental insertada en la Bibliografía y webgrafía (pág.93)

⁵ Datos referentes a la demanda (2.1.1.1 Entidades sociales catalanas no lucrativas, 2.1.1.2 Personas y 2.1.1.3 Administraciones e instituciones públicas y privadas). TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Informe de resultats del Baròmetre del Tercer Sector Social 2016*. [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/sites/www.tercersector.cat/files/informe_barometre_2016_maquetat_6.pdf

⁶ TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Mapa i buscador d'entitats socials a Catalunya*. [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/mapa

En la siguiente imagen se recogen las federaciones que forman parte y que ofrecen ayuda y cubren las necesidades de los siguientes colectivos, que serán explicados en el apartado 2.1.1.2 Personas: infancia, gente con discapacidad, gente mayor, parados, jóvenes, mujeres y LGTBI, drogodependientes, enfermedades, pobreza y exclusión social, salud mental, recién llegados y aquellos que no reciben una atención directa.



Figura 2. Federaciones y organizaciones miembros de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Extraído del: Barómetro del Tercer Sector Social de la institución. Edición 2016.

El Departamento de Justicia de la Generalitat de Catalunya ofrece también un recurso en el que se pueden consultar estas entidades puesto que presenta entre sus servicios, la aplicación *Guía de entidades*⁷ que permite acceder a los datos identificativos de las asociaciones, las fundaciones privadas, los colegios profesionales, las academias corporativas, las entidades religiosas y las federaciones. En este caso, la búsqueda puede realizarse según el nombre de la entidad, la situación geográfica y la vinculación o no a un partido político. No obstante, este registro es mucho más amplio, ya que incluye todo tipo de entidades y de organizaciones de diferentes ámbitos tanto sin ánimo de lucro como con finalidades lucrativas.

⁷ DEPARTAMENT DE JUSTÍCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA. *Guia d'entitats*. [En línea] Disponible en: http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/guia_d_entitats

El conjunto de las entidades miembros de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya se rigen mediante la Ley 19/2014, del 29 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno⁸. La ley obliga a las entidades sin ánimo de lucro a rendir cuentas ante la ciudadanía, por tanto, a ser transparentes debido al principio de responsabilidad, de su actividad y de la gestión de los recursos públicos que han sido puestos a su disposición.

Características básicas de las organizaciones del Tercer Sector Social

El Observatorio de la inclusión social determina en la publicación *La ocupación en el Tercer Sector Social de Catalunya*⁹ ciertos rasgos comunes presentes en el conjunto de entidades del sector:

- Constituidas como asociaciones, fundaciones, entidades religiosas, cooperativas de iniciativa social, o bien empresas de inserción y son organizaciones privadas. En este sentido, es importante conocer las formas jurídicas que predominan en las entidades. Según datos de la Taula d'Entitats, recogidas en el Barómetro del año 2016, un 65% de ellas son asociaciones, el 18% fundaciones, un 4% cooperativas de iniciativa social y el resto, el 13%, está compuesto por otras formas de organización no lucrativas.
- No tienen afán de lucro y reinvierten sus beneficios en la propia actividad social que desarrollan. Algunas de las entidades realizan actividades y eventos con la finalidad de recaudar fondos y seguir financiando la organización.
- Su misión o actividad principal está orientada a la inclusión social y al desarrollo de colectivos vulnerables. Cada entidad focaliza su acción a un colectivo concreto y desarrolla estrategias que permitan integrarlo en sociedad.
- Desarrollan proyectos de acción social siguiendo principios de proximidad al territorio o al entorno.

⁸ Ley 19/2014, del 22 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, BOE núm. 6780 (2014). [En línea] Disponible en: portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=680124&language=ca_ES

⁹ OBSERVATORIO DE LA INCLUSIÓN SOCIAL. *La ocupación en el Tercer Sector Social de Cataluña*. [En línea] Disponible en: www.observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2010-03_Estudi_ocupacio_cs.pdf

Ámbito geográfico de actuación

En el mapa situado a mano derecha, se muestran las comarcas de la comunidad autónoma de Catalunya con el número de entidades presentes en cada una de ellas.

Se puede observar que en Barcelona ciudad (1.024) es donde se concentra el 33,8% del total de las entidades. En el área de Barcelona, la cifra es de 865. En el caso de las comarcas de Girona (323), Catalunya Central (238), Lleida (226) y Camp de Tarragona (205), las cifras mostradas son similares. En las Terres de l'Ebre, se sitúan 90 entidades y en la zona de l'Alt Pirineu i d'Aran tan solo son 36 las entidades presentes.

El ámbito en el que actúan es otro factor relevante. La mayoría de las

entidades, el 66,18% de ellas, focalizan sus acciones en el ámbito local de forma principal. El 43,94% actúan por comarcas, el 32,58% en Catalunya y tan solo un 7,39% en el ámbito estatal. En este sentido, gran parte de las entidades, exactamente un 65,7% realizan sus actuaciones solo en un ámbito territorial. Además, existe un tanto por ciento cercano al 20% de las entidades que desarrollan alguna actividad o prestan servicios de forma puntual a nivel internacional, en el extranjero. Principalmente los países en los que tienen lugar son europeos con un 75%, seguido de países americanos con una cifra cercana al 30% y finalmente, con un 25% en países africanos.



Figura 3. Mapa de Catalunya con la distribución de entidades por comarcas. Extraído de: Barómetro del Tercer Sector Social elaborado por la institución. Edición 2016.

Tipos de entidades

Una de las categorías para clasificar a las entidades es la dimensión. Según ésta pueden tratarse de grandes, medianas o pequeñas. La dimensión viene determinada en función del presupuesto del que disponen.

Las entidades grandes son aquellas que cuentan con un presupuesto de más de 1.000.000 €, las medianas, las que presentan uno situado entre los 1.000.000 y los 50.000 € y por último, las pequeñas son las que tienen un presupuesto inferior a 50.000 €.

2.1.1.2 Personas

Este segundo bloque está formado por los distintos colectivos atendidos por las entidades, organizaciones y asociaciones del Tercer Sector Social así como el número concreto de personas atendidas. También se incluyen los voluntarios, que constituyen un grupo muy relevante ya que con su ayuda desinteresada permiten que estas entidades sigan funcionando y favorecen la situación de cada colectivo junto a los trabajadores, que desarrollan labores a nivel profesional. En tercer lugar, los donantes particulares o los socios, que son aquellos que aportan los recursos económicos para el funcionamiento de las distintas entidades.

Colectivos que atienden las distintas entidades no lucrativas

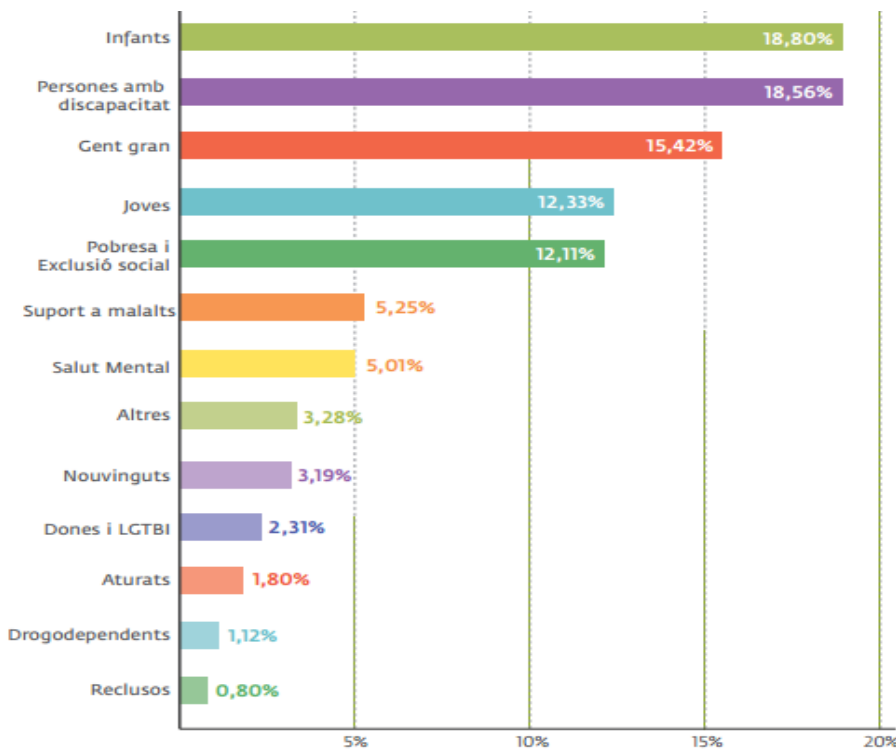


Figura 4. Gráfico de barras extraído del Barómetro del Tercer Sector Social elaborado por la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Edición 2016.

El gráfico anterior muestra los distintos colectivos a los que atienden las entidades sociales catalanas. Se trata de un total de 13: infancia, gente con discapacidad, gente mayor, pobreza y exclusión social, apoyo a enfermos, salud mental, otros que no reciben una atención directa, recién llegados, mujeres y LGTBI, parados, drogodependientes y reclusos.

Tal como se puede observar a través de los porcentajes, gran parte de las entidades focalizan su acción en el colectivo de los más pequeños, la infancia. Un total de 18,80% de ellas trabajan en esta dirección. Con un porcentaje muy cercano, concretamente de 4 décimas porcentuales menos se encuentran las entidades que ofrecen ayuda a personas con discapacidad. En tercer lugar, el colectivo de la gente mayor es otro en los que las entidades centran sus esfuerzos, con 15,42 puntos porcentuales.

En el lado opuesto, los colectivos que cuentan con menos presencia en las entidades son los parados, con 1,80%, seguido de las personas que sufren drogodependencia, con 1,12% y finalmente, los reclusos son el colectivo menos presente con un porcentaje que no supera ni el 1%, exactamente, supone un 0,80% el número de entidades que los atienden.

Colectivos atendidos en función del ámbito geográfico de actuación

Como se ha podido observar, las entidades de las demarcaciones catalanas no atienden a los mismos colectivos, y predominan unos u otros según la zona en la que actúan. En este sentido, en las comarcas centrales catalanas atienden de forma principal a la gente mayor. En las tierras del Ebro y en el Alt Pirineu, atienden fundamentalmente a colectivos que se encuentran en situación de pobreza y en riesgo exclusión social. En el caso de Girona, el ámbito metropolitano de Barcelona, el campo de Tarragona y Poniente cuentan con un número más elevado de entidades que trabajan para ayudar a los colectivos de personas con discapacidad.

Datos estadísticos según el número de personas atendidas

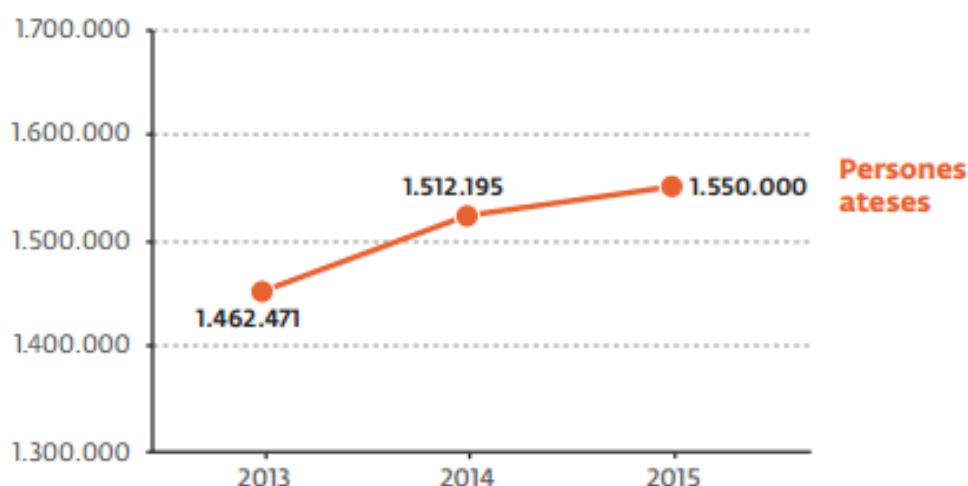


Figura 5. Gráfico lineal que muestra la evolución del número de personas atendidas (2013-2015). Extraído del Barómetro del Tercer Sector Social elaborado por la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Edición 2016.

En el gráfico se puede observar como entre el año 2013 y 2014 las personas atendidas por parte de las entidades aumentaron prácticamente en 50.000 (49.724) mientras que del año 2014 al 2015 la cifra fue más baja. Pese a que siguió aumentando respecto al año anterior, no alcanzó los 40.000 y por tanto, el crecimiento fue inferior, atendiendo a un total de 37.805 personas.

Datos estadísticos sobre voluntariedad y solidaridad en el Tercer Sector Social

La mayoría de las entidades del Tercer Sector Social cuentan con una gran parte de voluntarios. La Taula d'Entitats calcula que aproximadamente un 88% de las entidades disponen de personas voluntarias.

Una vez definidas las entidades según su dimensión, cabe hacer referencia a que el número de voluntarios es distinto dependiendo del tipo de entidad. Los resultados extraídos del Barómetro del Tercer Sector Social indican que en 2016 Catalunya alcanzó cerca de 350.000 voluntarios en total. Concretamente 348.450. Esta cifra supone en relación al número existente de entidades miembros, aproximadamente una media de 115 personas voluntarias por entidad.

En el gráfico que aparece a continuación, se puede observar como en las entidades grandes la cifra media de voluntarios (288) es notablemente superior en comparación con las entidades pequeñas (33) y aunque en menor medida, también respecto a las medianas (184).

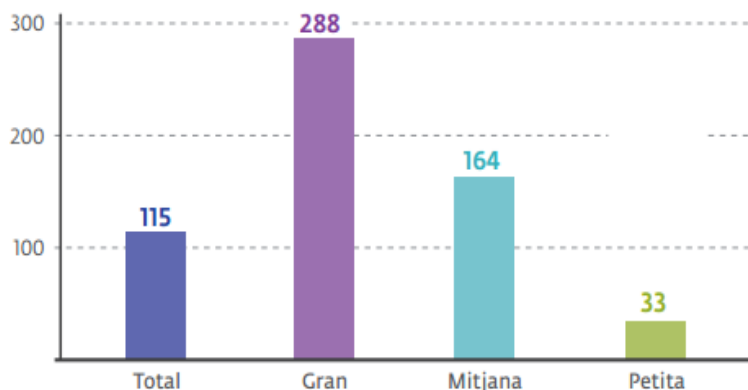


Figura 6. Gráfico de barras que muestra la media de personas voluntarias según la dimensión de la entidad. Extraído del Barómetro de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Edición 2016.

Según resultados extraídos del Barómetro, el análisis de los datos de los últimos tres años, muestra que en 2016, un 45,8% de las entidades contaron con la ayuda de más voluntarios respecto a los tres años anteriores. Cerca de un 50% se mantuvieron con el mismo número y finalmente, tan solo un 6,2% de las entidades contaron con una presencia inferior de voluntarios.

Perfil de los voluntarios

○ Sexo y edad

En cuanto al sexo de los voluntarios se establece que en la mayoría de las entidades aproximadamente un 60% (59,2%) son mujeres mientras que el 40% (40,8%) restante está formado por hombres. En este sentido, las organizaciones que cuentan con esta división, suelen considerarse como paritarias pese a no serlo estrictamente. En este caso, un total del 44,36% de las entidades se componen de esta manera. No obstante, el 46,62% cuentan con un número superior de personas voluntarias femeninas.

Las franjas de edad en las que se encuentran los voluntarios son distintas y se establecen cinco. La primera de ellas compuesta por jóvenes menores de 20 años, a continuación, aquella que engloba a los que tienen entre 20 y 30 años, en tercer lugar, los adultos de 31 a 50 años.

La cuarta franja está comprendida por las personas entre 51 y 64 años y el último grupo es el las personas de la tercera edad, con más de 65 años. En relación a ello, la franja más presente en el conjunto de entidades es la tercera. Es decir, los adultos de 31 a 50 años, éstos suponen el 36,9% del total de los voluntarios. En segundo lugar, los jóvenes y niños menores de 20 años constituyen el segundo grupo con mayor presencia, con un 22% del total. Finalmente, las personas voluntarias de más de 65 años tan solo suponen el 7,4% de los voluntarios.

- **Tiempo de dedicación y tareas que desarrollan**

La dedicación de los voluntarios es un aspecto altamente relevante tanto para las entidades en concreto como para el Tercer Sector Social en su conjunto. La ayuda y el servicio que proporcionan los voluntarios son dos de los pilares fundamentales para el funcionamiento de las organizaciones sin ánimo de lucro. El tiempo que dedican las personas voluntarias no es siempre el mismo puesto que influyen distintos factores. Un gran número de voluntarios (31,80%) participa de forma voluntaria en actividades puntuales o campañas, como por ejemplo, la recogida de Alimentos o la Marató. Con un porcentaje similar se encuentran los voluntarios que dedican menos de 5 horas semanales regularmente (31,10%). El resto de voluntarios suelen dedicar entre 5 y 10 horas semanales (17,80%), los que destinan entre 11 y 20 horas semanales (5,90%) y los que destinan más de 20 horas (13,40%).

Principalmente las tareas fundamentales que desarrollan las personas voluntarias en las entidades son las de intervención y atención directa a los usuarios y a la vez, beneficiarios. En este sentido, esta actividad engloba acciones distintas dependiendo del colectivo al que se dedique la entidad. De hecho, el 50,35% de la tarea de los voluntarios está enfocada en esta dirección y el resto está compuesto por: actividades relacionadas con la administración y la gestión del conjunto de la entidad (28,94%), la participación en grupos de trabajo, comisiones y consultoría (28,47%) así como en órganos concretos directivos (26,35%). Otro aspecto destacado es la participación de los voluntarios en las campañas de sensibilización y captación de fondos (22,64%), servicio al que EventSO se dedica de forma externa aunque entidades con recursos suficientes optan por hacerlo internamente.

Un 20,99% está constituido por tareas que tienen que ver propiamente con el mantenimiento y los servicios. Por último, un 11,76% está dedicado a otro tipo de actividades que no se pueden clasificar en ninguno de los apartados anteriores.

Trabajadores

Las cifras proporcionadas por el informe de resultados del Barómetro de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya establecen un 85.000 de trabajadores. Muestran que un 64,3% del conjunto de entidades que forman parte de esta institución disponen de una estructura de trabajadores profesionalizada. De media, las entidades cuentan con 45 trabajadores: las grandes con 326, las medianas con 32 y las pequeñas con 7.

Las tareas que desarrollan son: atención a personas usuarias, labores de producción en centros especiales de trabajo y empresas de inserción, funciones de administración y de estructura, de dirección y gerencia y otro tipo de acciones que no se clasifican en ninguna de las categorías anteriores. En cuanto al sexo del personal, el 70,64% presentan una situación de feminización puesto que más del 60% de las personas trabajadoras son mujeres. En general, la mayor parte de las tareas las desarrollan ellas, exceptuando las labores más productivas, que suelen llevarlas a cabo los hombres.

Socios

Las entidades que forman parte de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social cuentan con un total de 559.000 socios. Los datos reflejados en el Barómetro muestran que el número de socios ha ido aumentando de manera progresiva durante los tres últimos años. Aproximadamente, en un 50% de las entidades (48,95%) ha aumentado el número de socios. En un 36,32% de ellas, se ha mantenido estable y en tan sólo un 14,74%, ha disminuido.

La media de socios por entidad es de 146. Como se observa en el gráfico, en función de la dimensión de la entidad. Como se puede observar en el gráfico, las entidades grandes cuentan con la media de socios más elevada (1.372). La diferencia es bastante

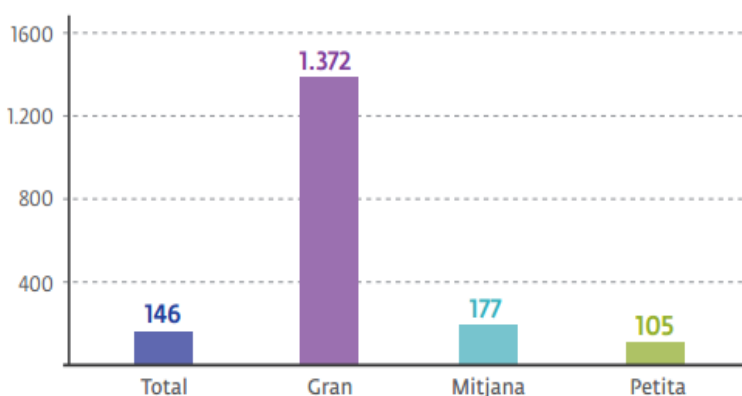


Figura 7. Gráfico de barras de la media de personas socias según la dimensión de la entidad. Extraído del Barómetro elaborado por la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Edición 2016.

notable: con las medianas de 1.195 y con las pequeñas, la media varía en 1.267 personas socias.

Donantes

El 85,31% de las entidades cuenta con donantes, aquellas personas que aportan donaciones económicas para el funcionamiento de éstas dentro del Tercer Sector Social. El número total de donantes es de 563.000 y de media, las entidades cuentan con 185.

Del mismo modo que los voluntarios, los donantes pueden ser puntuales o bien regulares. De las entidades que cuentan con donantes, el 52,3% dispone solo de donantes puntuales en ciertos actos o campañas, el 29,8% dispone tanto de donantes regulares como puntuales y finalmente, el 17,9% exclusivamente de donantes regulares.

⇒ Capital social

El gráfico muestra como el capital social¹⁰ aportado por donantes (563.000) y socios (559.000), voluntarios (348.000) y trabajadores (85.000) de las entidades ha ido aumentando de manera progresiva en el período situado entre el año 2013 y el año 2015.

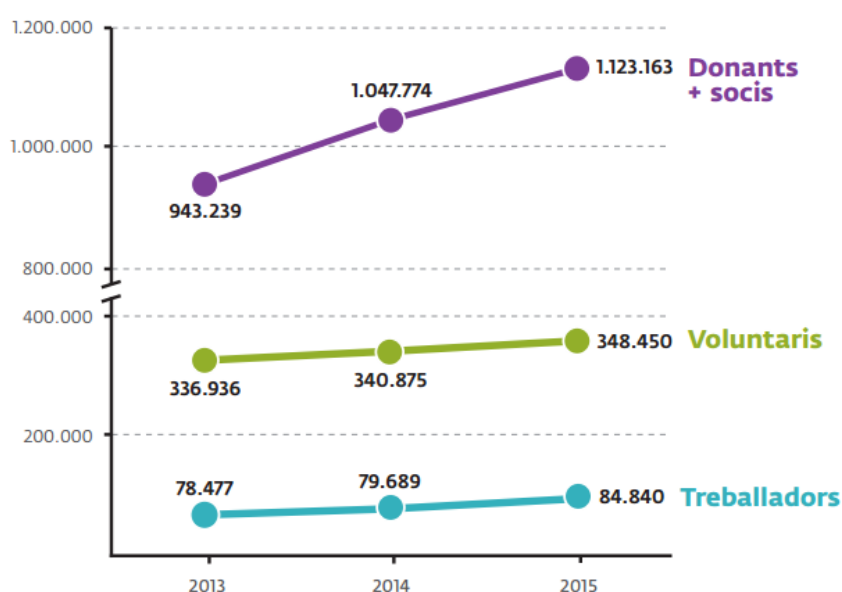


Figura 8. Gráfico de barras sobre la evolución del capital social. Extraído del Barómetro del Tercer Sector Social elaborado por la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Edición 2016.

¹⁰ Capital social: no se refiere al fondo propio de una empresa sino a las aportaciones económicas que ofrecen los distintos actores sociales que intervienen en el Tercer Sector Social de Catalunya para ayudar al financiamiento de las entidades.

2.1.1.3 Administraciones e instituciones públicas y privadas

En este tercer bloque se incluyen las instituciones tanto públicas como privadas que se encargan de financiar las actividades y el desarrollo de las distintas entidades. Estas se convierten en colaboradoras de las entidades y permiten que continúen gracias a los recursos económicos que les ofrecen.

Las administraciones y especialmente las instituciones que forman parte son diversas, por ese motivo, se ha hecho un análisis previo que ha permitido mostrar cuáles son las más relevantes en el conjunto de las entidades que forman parte del Tercer Sector Social de Catalunya. En este sentido, se hace referencia concretamente a las que corresponden a la Taula d'Entitats ya que éstas son comunes en la mayoría de entidades puesto que las engloban. No obstante, las entidades a nivel individual también cuentan con muchas otras que financian sus acciones de un modo u otro y que se pueden consultar fácilmente a través de su página web.

Como se ha comentado con anterioridad las entidades se clasifican según la dimensión, que viene determinada por el presupuesto que reciben. Por tanto, el número de ingresos totales determina su distribución y clasificación.

Siguiendo esta dirección, las entidades pequeñas, que cuentan con un presupuesto inferior a 50.000 euros suponen el 40,35% del total de las entidades y las grandes, que cuentan con más de 10.000.000 euros suponen tan sólo un 1,99%. El resto está compuesto por aquellas entidades medianas clasificadas en tres grupos: las que reciben entre 50.001-500.000 (30,79%), entre 500.001-5.000.000 (24,75%) y finalmente, aquellas que cuentan con un intervalo entre los 5.000.001 y los 10.000.000 euros de presupuesto (2,12%).

A raíz de los presupuestos, se establece la procedencia de estos que pueden ser tanto públicos como privados. Las cifras muestran que los ingresos públicos previstos para este 2017 son de un total de 569.223,77 €. Y los ingresos privados mucho más inferiores, puesto que suponen un total de 152.528,73 €. A nivel individual, cada entidad miembro presenta unos ingresos determinados que proceden de las instituciones públicas nombradas y de instituciones y empresas privadas. Además, dependiendo de la entidad la proporción puede variar. Por tanto, en algunas predomina el financiamiento público y en otras, el privado.

En cuanto al financiamiento público, se establece que la mayor parte de los ingresos provienen de subvenciones y convenios. La Generalitat de Catalunya es la administración pública que aporta más dinero a las entidades sociales catalanas. El Ayuntamiento de Barcelona es la segunda fuente de ingresos públicos más relevantes de las administraciones locales de Catalunya. El resto de instituciones forman parte de las autonomías locales, estatales, de la Unión Europea y de otras fuentes de financiamiento público no especificadas.

Haciendo referencia al financiamiento privado, los ingresos por prestación de servicios suponen la fuente de ingresos principal seguida de la aportación que otorga la Fundació La Caixa. El resto de ingresos provienen de las cuotas de donantes regulares, de ayudas de instituciones privadas y empresas, de los donativos ocasionales aportados por particulares y de otras fuentes de financiamiento privado no especificadas.

En la tabla siguiente se pueden observar las administraciones y las instituciones principales tanto públicas como privadas y el presupuesto que otorgaron a la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya durante el pasado año 2016, puesto que las cifras del 2017, por el momento, no son definitivas.

CONVENIOS Y SUBVENCIONES

	CARÁCTER	PRESUPUESTO
	Administración pública Convenio	190.200,00 €
	Administración pública Convenio y subvención	Subvención: 96.571,00 € Convenio: 70.000,00 €
	Administración pública Subvención	100.000,00 €
	Administración pública Subvención	40.000,00 €
	Administración pública Convenio	40.000,00 €
	Institución pública Subvención por una contratación temporal en base al programa de Garantía Juvenil	1.375,00 €
	Institución pública Subvención en relación a viajes de carácter internacional	1.012,81€


Cuotas de entidades socias	Entidades sociales que forman parte de la Taula d'Entitats y colaboran en base a la prestación de servicios	84.099,30 €
	Fundación privada que colabora a nivel social, económico y financiero con las entidades	150.000,00 €
Otras procedencias privadas	Aportaciones de carácter privado	5.354,56 €
Patrocinios de instituciones y empresas	Instituciones y empresas privadas que patrocinan al conjunto de entidades	9.000,00 €
Donativos	Aportaciones económicas de organizaciones privadas tanto de forma regular como puntual	14.943.29,00 €

Figura 9. Tabla de elaboración propia sobre presupuestos de administraciones, instituciones, empresas y organismos tanto públicos como privados que financian a las entidades pertenecientes a la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social. Datos extraídos del documento *41 a Assemblea General 15 de desembre de 2016* elaborado por la Taula d'Entitats.

2.1.2 Oferta

Es necesario ser consciente de la oferta, y por tanto, de la competencia que existe en el mercado. En este sentido, la competencia directa está compuesta por todas aquellas empresas y agencias que se dedican a la organización de eventos, en este caso, en Catalunya. Como ejemplo se han seleccionado tres empresas que sirven como muestra de ello y permiten conocer de más cerca los servicios que estas ofrecen y sus características. No obstante, cabe tener en cuenta que no existen empresas que desarrollen servicios exclusivos para la organización y gestión de eventos que permitan recaudar fondos destinados a entidades sociales como es el caso de EventSO, que desarrolla un servicio mucho más especializado y concreto.

En este apartado es importante también hacer referencia a una asociación sin ánimo de lucro llamada Eventos Solidarios¹¹. Esta asociación no se encuentra en Catalunya sino en Castilleja de Guzmán (Sevilla), por este motivo, no ha sido analizada. Además, no se trata ni de una entidad ni de una empresa organizadora de eventos propiamente. Sin embargo, su objetivo principal es el de fomentar el espíritu solidario entre empresas e instituciones a raíz de la sensibilización. La labor que desarrolla al respecto es la de organizar y coordinar acciones e iniciativas de carácter social sin ningún coste para intentar cubrir necesidades y ayudar a colectivos vulnerables dentro de la sociedad. Se encarga del diseño, de la producción, de la gestión y de la difusión tanto de proyectos como de eventos de manera gratuita así como de la búsqueda de los contactos y de los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos.

Eventos Solidarios no puede considerarse competencia por razones geográficas del mercado y porque no se trata como se ha comentado, de una empresa de organización de eventos. No obstante, sí que podría llegar a servir de referente para entidades sociales que pretendan recaudar fondos o bien realizar algún acto a pequeña escala.

Por otro lado, algunas de las entidades sociales que forman parte de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya prefieren gestionar internamente los actos que celebran aunque contando con la indispensable ayuda de instituciones y organizaciones que deciden colaborar con ellas por falta de recursos económicos o por priorizar en otros aspectos. Por este motivo, se ha considerado conveniente incluirlas en este apartado y realizar un análisis de tres de ellas y explicar los principales eventos que desarrollan.

¹¹ Página web de la Asociación Eventos Solidarios: www.eventossolidarios.org

2.1.2.1 Competencia directa: empresas de organización de eventos

El número de empresas destinadas a la organización de eventos es muy elevado¹². Los servicios y tipos de actos que se ofrecen son amplios: ferias, salones, banquetes (bodas, comuniones, bautizos), fiestas privadas, celebraciones puntuales, cenas/comidas, eventos deportivos, viajes, reuniones, congresos, jornadas, talleres... De este modo, el abanico de clientes es también, muy amplio y diverso.

Se han seleccionado tres empresas como ejemplo: Bocentium, Alo Spain Congress y Dicom Events.

2.1.2.1.1 Bocentium



Figura 10. Logo de la empresa Bocentium. Extraído de: www.bocentium.com

Bocentium¹³ es una empresa con sede en Barcelona, que se encarga de la organización y de la coordinación en tres ámbitos distintos.

En primer lugar, organiza y gestiona eventos, congresos y reuniones. En los proyectos que desarrolla se tienen en cuenta la totalidad de las áreas que intervienen: estratégica, logística, operativa, financiera-económica, tecnológica y de recursos humanos. En cada una de ellas, se realizan las fases y las tareas necesarias: estudio de necesidades, planificación, elaboración, realización y seguimiento del presupuesto, ejecución, cierre económico y autovaloración para intentar alcanzar los mejores resultados, y por tanto, el éxito en cada uno de sus proyectos.

¹²CATALUNYA. *Catalunya Convention Boureau: agencias especializadas*. [En línea] Disponible en: www.catalunya.com/es/catalunya-convention-bureau-ccb/agencias-especializadas#recursos

¹³ Información extraída de la página web de la empresa: www.bocentium.com

En segundo lugar, focalizan sus servicios en la administración y en la gestión de entidades, fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro. Desde la empresa, se encargan de todos los aspectos en cuanto a funcionamiento y desarrollo total de las entidades. Es decir, de su constitución, de la búsqueda de financiamiento, de la gestión administrativa-financiera, de la creación y mantenimiento de la web corporativa, del desarrollo de las publicaciones, del asesoramiento sobre viabilidad de proyectos y sobre la organización de eventos.

Este segundo punto es por el que Bocementium puede situarse como competencia fuerte puesto que una parte de sus clientes, es decir, las entidades sociales sin ánimo de lucro, son los mismos que los de EventSO. Además de que ofrecen también, los mismos servicios en base a la organización de eventos y actos.

Finalmente, la tercera línea de trabajo de la empresa es la de planificación de viajes profesionales. El servicio pretende responder y cubrir a las necesidades de cualquier viaje profesional: vuelos, traslados, hoteles, restaurantes, inscripciones para congresos/reuniones, entradas, etc. El objetivo es garantizar un servicio profesional, flexible y adecuado para cada uno de los clientes que lo soliciten.

Los precios de los servicios varían en función del acto u evento que se organiza, dependiendo también de los recursos necesarios y de los proveedores. Cada uno de ellos se planifica de manera personalizada, por este motivo no se establecen tarifas ni cifras concretas al respecto. Los clientes que requieren de sus servicios pueden pedir presupuesto sin compromiso a través del correo electrónico de la empresa o bien por teléfono.

2.1.2.1.2 Alo Spain Congress



Figura 11. Logo de la empresa Alo Spain Congress. Extraído de: www.alospaincongress.com

Alo Spain Congress¹⁴ es una empresa experta en congresos, conferencias y reuniones, receptivo internacional y eventos. Tiene sede tanto en Barcelona como en Madrid. Trabaja en dos líneas muy concretas. Por un lado, en la organización y completo desarrollo de congresos o bien simposios, reuniones o conferencias.

El servicio que se ofrece es integral puesto que cubre las distintas fases imprescindibles en cualquier acto de este tipo. Es decir, la fase pre-congreso que está compuesta por la planificación, organización y coordinación iniciales. A continuación, la fase que forma parte del congreso en sí, es decir, la puesta en escena. Ésta requiere de personal, de servicios de control, dirección, gestión y supervisión y de los recursos necesarios para su funcionamiento como equipamiento y montaje. La tercera y última fase, la post-congreso focaliza sus acciones en recordatorios y procesos de fidelización de los clientes a través de una atención final personalizada a través de recursos como fotografías y vídeos del congreso.

Por otro lado, la empresa se encarga de la gestión permanente de sociedades. En este caso, no se realiza un acto puntual sino que se ofrece un servicio continuo y especializado. Éste está compuesto por un asesoramiento personalizado, por la gestión administrativa y contable, la gestión de asociados y especialmente la gestión de patrocinios (ayudas, becas, relaciones con instituciones tanto públicas como privadas...).

¹⁴ Información extraída de la página web de la empresa: www.alospaincongress.com

En este mismo punto se incluye la organización de actividades y eventos. Este es el servicio principal por el que Alo Spain se convierte en potencial competidora de EventSO.

Las entidades sociales que requieran de servicios externos para organizar y gestionar sus eventos podrían recurrir a esta empresa. Además, se les garantiza la relación con los medios y la comunicación a través de redes sociales y publicaciones (revistas o newsletters).

Los servicios desarrollados toman como referencia la siguiente cita: “Cada evento o congreso, es diferente. Nuestro compromiso es comprender esa diferencia como camino al éxito”. En este sentido, debido a la posible personalización, los precios de los eventos también varían y no pueden definirse puesto que dependen de las características que presente cada uno. Los clientes interesados pueden solicitar presupuestos a través del formulario insertado en su página web.

2.1.2.1.3 Dicom Events



Figura 12. Logo de la empresa Dicom Events. Extraído de: www.dicomevents.com

Dicom Events¹⁵ es una empresa con sede tanto en Barcelona como en Madrid, que centra sus servicios en tres ramas fundamentales: la comunicación, el diseño y los eventos. La primera de ellas tiene que ver con todos aquellos elementos, estrategias y recursos necesarios que permiten desarrollar una comunicación eficaz que consiga, tal como se define desde la propia empresa, construir marcas fuertes. Para ello, se desarrolla tanto marketing online como offline, relaciones públicas, corporativismo, street marketing y publicidad no convencional.

En cuanto al diseño, ofrecen y diseñan espacios en los que celebrar actos y eventos de distinta índole. Se encargan de proporcionar stands, plataformas y pop-up stores y de transformar espacios basándose en una arquitectura efímera y un diseño industrial.

¹⁵ Información extraída de la página web de la empresa: www.dicomevents.com

Los eventos pretenden ser experiencias que tanto clientes como asistentes puedan recordarlas y garantizan todos aquellos aspectos que rodean a este tipo de actos. Los eventos que desarrollan son de categorías diversas: institucionales, privados, congresos, conferencias, reuniones, charlas, convenciones, inauguraciones, lanzamiento de productos, entre otros. En este sentido, tal como se puede observar, no se centran propiamente en las entidades sociales pero sí que de un modo u otro las entidades interesadas podrían recurrir a esta empresa para contratar sus servicios.

Como en el caso de Bocentium y Alo Spain Congress, cada evento supone una experiencia distinta, y por tanto, la forma de organizarlo y los recursos necesarios también son diferentes. Por esta razón, en Dicom Events tampoco se establecen tarifas en cuanto a precios. Los clientes que quieran contratar sus servicios deben solicitar el presupuesto en función de sus intereses y necesidades, a través del correo electrónico o por teléfono.

El elemento diferenciador con el resto de empresas seleccionadas a modo de ejemplo es que Dicom actúa también a nivel internacional, de hecho, hasta el momento, ha implementado más de 500 proyectos alrededor de 32 países del mundo.

2.1.2.2 Entidades sociales que organizan eventos internamente

Como se ha comentado anteriormente, pese a no considerarse estrictamente competencia, existen entidades sociales dentro de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya, que por su formación y composición presentan capacidades, recursos y habilidades para desarrollar de manera interna y con la colaboración de ciertas organizaciones y empresas sus propios eventos a nivel interno de la entidad, así como jornadas, ruedas de prensa, conmemoraciones en festividades señaladas, entre otros. En una entrevista con la responsable del área de proyección de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya, Anna Martínez¹⁶, fue posible conocer de más cerca cómo organizan y desarrollan este tipo de eventos las organizaciones sociales. No obstante, no significa que en alguna ocasión futura pudiesen incluso, estar interesadas en contratar los servicios externos que ofrece EventSO.

¹⁶ Entrevista en Anexos (pág.95)

Entre las entidades que desarrollan los eventos y los actos a nivel interno, se han seleccionado tres que focalizan su acción atendiendo a colectivos distintos: infancia, adolescencia y drogodependencia o conductas aditivas. Las entidades escogidas son: la Fundación Pere Tarrés, la Asociación Projecte Home y la Federació de Entitats d'Atenció i d'Educació a la Infància i l'Adolescència (FEDAIA).

2.1.2.2.1 Fundació Pere Tarrés



Figura 13. Logo de la Fundació Pere Tarrés. Extraído de: www.fundacionperetarres.es

La Fundació Pere Tarrés¹⁷ tiene su sede central en Barcelona pero cuenta con presencia en otras comarcas catalanas, como Tarragona y en Madrid. Es una organización no lucrativa de acción social y educativa creada el año 1957 en el marco de Cáritas. Se trata de una entidad religiosa, forma parte de 62 federaciones y redes de entidades sociales y educativas. La fundación define que su misión es la de promover la persona desde la educación, basándose especialmente en el tiempo libre y la acción social que a la vez se fundamentan en los valores del humanismo cristiano. Los valores que se promulgan son: el amor, la paz, la justicia, la verdad y la libertad.

La acción se desarrolla a través de programas, proyectos, actividades, formación, estancias en alberges, entre otras iniciativas. Los campos a los cuales destina sus servicios, además de los ya nombrados, son la capacitación y desarrollo profesional tanto de jóvenes como de adultos, así como la inserción sociolaboral, la capacitación en nuevas tecnologías, el desarrollo asociativo, la inclusión social y atención a los colectivos más vulnerables y desfavorecidos, la salud mental y atención sociosanitaria, la investigación, la sensibilización ante el medioambiente y finalmente, la gestión, mediación y dinamización de entidades. Este último servicio es el que corresponde a la organización de actos y eventos dentro de las entidades de la propia fundación.

¹⁷ Documentación extraída de la página web de la fundación: www.peretarres.org

Datos estadísticos de la fundación¹⁸

El número de personas atendidas en 2015, y por tanto, beneficiarias de la acción fue de 437.770, el conjunto de ellas pertenecían a distintos colectivos y sectores de la sociedad. Entre ellos se incluyen: niños, jóvenes, mayores, familia, ONGs y personas con discapacidad. La cifra de voluntarios es de 4.437 y de trabajadores en plantilla 2.031. El equipo humano que presenta la fundación está formado por profesionales de distintas disciplinas (gestión, monitores, educadores...) que cubren demandas concretas de los colectivos a los que atiende.

En cuanto a ingresos, las últimas cifras son del año 2015 y muestran que la fundación presentó un total de 40.177.162 €. En esta entidad el porcentaje de ingresos privados (54,42%) es superior al de los públicos (45,30%). Las fuentes de ingresos privadas son cinco: la principal, la prestación de servicios, que supone un 97,69% de estos ingresos. Por tanto, prácticamente la totalidad de ellos y el resto se divide entre subvenciones, usuarios (suscriptores, centros asociados...), donaciones de particulares y donaciones de entidades privadas. Los ingresos públicos provienen principalmente de las administraciones autonómicas y locales (88,35%) en la que la Generalitat se convierte en la máxima financiadora y en este caso, el resto se divide entre la administración central y otros entes que forman parte del servicio público.

En relación a ello, las instituciones, las administraciones, las entidades, las empresas y las personas a nivel particular que colaboran este año 2017 con la fundación y, por tanto, luchan también contra las problemáticas que se atienden son las que aparecen a continuación. No obstante, en años anteriores fueron muchas otras las que decidieron apoyar la causa que defiende la fundación y también son reconocidas en su página web a modo de agradecimiento.

¹⁸ FUNDACIÓ PERE TARRES. *Memoria anual 2015*. [En línea] Disponible en: www.peretarres.org/arxiu/fpt/memoria-2015-fundacio-pere-tarres.pdf



Figura 14. Nombres y logos de las instituciones y empresas que colaboran con la Fundación Pere Tarrés. Extraído del apartado de empresas y organismos colaboradores de la entidad de la página web.

Eventos y actos que se desarrollan desde la entidad

La Agrupación de Amigos de la Fundación Pere Tarrés fue constituida el año 2011 y está formada por diez profesionales y pequeños empresarios con experiencia en el mundo de la gestión empresarial desde un punto de vista profesional. El trabajo que desarrollan se centra principalmente en dos ámbitos. Por un lado, en la colaboración en diferentes proyectos que lleva a cabo la fundación. Cada miembro es responsable de una tarea determinada de manera individual aunque entre todos forman un equipo. Por otro lado, y no por eso menos importante, la misión fundamental es la de gestionar las herramientas y los recursos necesarios para la recaudación de fondos, denominada “fundraising”.

Desde la Agrupación se buscan fondos sobre proyectos concretos o a nivel general mediante la experiencia de cada uno de sus integrantes, estrategias que permitan acercar a más donantes y socios o mediante la realización de campañas, eventos y actos concretos dirigidos tanto a colectivos determinados, como a empresas u organizaciones. En este caso no se trata de lucrarse sino de generar aportaciones que permitan el financiamiento de las entidades que forman parte basándose también en el principio de solidaridad.

A modo de ejemplo de las actividades organizadas por la Agrupación de Amigos de la Fundación de Pere Tarrés se encuentra la cena solidaria celebrada en mayo de 2015 a la que asistieron cerca de 200 personas. La celebración tuvo lugar en el Hotel Melià Barcelona Sky. El objetivo era el de recaudar fondos para el Centro Socioeducativo de la entidad situado en el barrio de Poblenou.

Los fondos recaudados se destinaron a la mejora de la acción social y educativa que se realiza en este ámbito y a la atención del colectivo de este centro, niños en riesgo de exclusión social por razones familiares, sociales o económicas.

Por este motivo, estos niños fueron los protagonistas y estuvieron presentes a través de un proyecto videográfico elaborado con la ayuda de los educadores sociales del centro.

La cena, además de ser posible gracias al espacio cedido por el Hotel Melià Barcelona Sky, contó con el apoyo de personas conocidas y con la colaboración económica de particulares y de un gran conjunto de empresas e instituciones que

decidieron estar presentes. Éstas se pueden observar en el cartel de bienvenida de la cena que aparece en la imagen situada a la derecha.



Figura 15. Cartel de bienvenida de la cena solidaria. Extraído de la galería de imágenes de la Fundación Pere Tarrés.

El próximo 27 de abril de 2017 la fundación llevará a cabo una nueva cena solidaria para recaudar fondos que permitan remodelar una de las casas de colonias con las que cuenta, concretamente el Casal de l'Esperança d'Ogassa (Ripollès) y para becar las colonias de aquellos niños que se encuentran en situación de vulnerabilidad social.

2.1.2.2.2 Projecte Home



Figura 16. Logo de la Asociación Projecte Home. Extraído de: www.projectehome.cat

Projecte Home¹⁹ es una Organización No Gubernamental aconfesional, apartidista y sin ánimo de lucro fundada en Catalunya el año 1995. Su sede principal se encuentra en Barcelona, cuenta con tres pisos de apoyo en el barrio de Ciutat Vella y tiene otras sedes en las zonas de Montgat, Montcada i Reixac, Tarragona, Tortosa y Tremp-Lleida.

A nivel estatal, forma parte de la Asociación Proyecto Hombre, que cuenta con 26 fundaciones alrededor del territorio español. Pese a estar federadas, compartir la marca, la filosofía y la manera de actuar, son jurídicamente independientes.

La misión fundamental de la asociación es la de promover la autonomía y la dignidad de las personas prestando especial atención a las más vulnerables y facilitando su integración tanto social como laboral. En relación a ello, se trabaja para posibilitar el tratamiento, la prevención y la sensibilización de las drogodependencias y otros tipos de conductas aditivas así como la reinserción laboral.

Proporcionan un modelo de ayuda educativo y terapéutico que favorece la rehabilitación y la reinserción. Los valores que defiende además de la autonomía y la dignidad, son la universalidad, la solidaridad y voluntariedad, la no violencia y la aceptación y apertura a las familias de las personas que se encuentran en tratamiento terapéutico.

En cuanto a los tratamientos que se llevan a cabo cabe destacar: Proyecto joven, un programa terapéutico y educativo que se desarrolla para jóvenes y adolescentes.

¹⁹ Documentación extraída de la página web de la asociación: www.projectehome.cat

Un programa sociosanitario dirigido a todos los usuarios y un programa de reinserción destinado también para todos ellos.

Además, Projecte Home cuenta con un Centro Residencial de día, para usuarios cuyos familiares se impliquen en el tratamiento. Y otro abierto las 24 horas, para aquellas personas que no cuentan con apoyo familiar. También proporcionan pisos de acogida para atender a los usuarios.

Datos estadísticos de la asociación²⁰

El número de personas atendidas el año 2016 por Projecte Home fue aproximadamente de 2.150. El conjunto de socios está formado además de por personas a nivel particular que colaboran económicamente por otras que han estado involucradas con la ONG de un modo u otro, o bien como antiguos usuarios o como bien como familiares de éstos. En este sentido, su intención es la de participar y colaborar aportando su grano de arena.

Los voluntarios constituyen la parte fundamental de Projecte Home. En total hay 120 personas que dedican su tiempo y su labor de manera desinteresada. La tarea que desarrollan es muy importante no sólo por su función sino porque sirven de ejemplo a los usuarios. Éstos al observar que hay personas que dedican su tiempo en ayudarlos y acompañarlos, se sienten realmente agradecidos.

El número total de trabajadores es de 40 personas, por tanto, supone una tercera parte de la cifra de personas voluntarias que forman parte de la entidad.

En cuanto al número de ingresos, la memoria anual de 2015 muestra que la cifra total fue de 1.361.605, 88 €. La distribución de los ingresos es la siguiente: el 54% (733.086,90€) provienen de ayudas públicas por parte de administraciones e instituciones. El 28% (387.527,42€) de ayudas privadas por parte de empresas, el 16% (210.892,50€) de aportaciones solidarias y de familias de usuarios y antiguos usuarios y finalmente, el 2% restante (30.099,06€) corresponde a otro tipo de ingresos que no se clasifican en ninguna de las fuentes anteriores.

²⁰ PROJECTE HOME. *Memoria anual 2015*. [En línea] Disponible en: www.projectehome.cat/wp-content/uploads/2016/06/Mem%C3%B2ria-2015-Projecte-Home-Catalunya.pdf

Projecte Home cuenta con la ayuda y colaboración de instituciones privadas y públicas de empresas amigas y de colaboradores. Todos ellos se pueden observar en la tabla que se muestra a continuación.

Institucions privades Associació de Familiars i Amics de Projecte Home Catalunya Congregació de la Missió de Sant Vicenç de Paul Filles de la Caritat de Sant Vicenç de Paul Fundació Abertis Fundació Bizcabar Fundació Privada Carmen y M. José Godó Fundació Roviralta Obra Social "la Caixa" Rotary Club de Barcelona	Ajuntament de Castellbisbal Ajuntament de La Pobla de Segur Ajuntament de La Torre de Cardener Ajuntament del Masnou Ajuntament de Montcada i Reixac Ajuntament de Montgat Ajuntament de Tarragona Ajuntament de Tiana Ajuntament de Tremp Ajuntament de Tortosa Foment de Ciutat Vella Universitat de Barcelona	Gomà-Camps H10 Hotels Hoteles Santos Porta Fira Inmobiliària Sant Segimon de Viladrau Kinet LM Lope Martinez Martinez Lorenzo Mena Imatge SCP Lovipark S.L. Mango OcCre. Ocio Creativo Promociones Ruve Rabat Ribó Carreras S.L. Solfinc The Project Music Company Transfer Print S.L. Vázquez-Arenas, S.L. Vertix. Grup Immobiliari	i Reixac Danone Farmàcia Brufau Farmàcia Bac de Roda Farmàcia Capdevila Arús Farmàcia Clanset Wust Farmàcia Touris Medrano Fom Aribau Forns Enrich Fundació Escola Vicenciana Fundació Exit Fundació Formació i Treball Fundació PIMEC Fundació Pinnas Fundació Privada PortAventura Grupo Bosch Aymerich Grup Bon Preu Grupo NetPC Grupo Sifu Hermanos Almansa Hermanos Juárez Hotel Mandarin Oriental Hoteles Santos H10 Hotels Infojobs Instituto Superior de Estudios Psicológicos ISETI Consulting Lafarge L'Auditori de Barcelona Mandriam Escuela de Yoga Manufacturas Panaderas S.L. Maria Reparadora Prov. España Medicaments Solidaris NH Hotels Group Núñez i Navarro Pastisseria Triomf Pro-Clap QualyTent Rabat RS Barcelona Sail-Biometria San Marco Foods Sumarroca U.E. San Juan-Atletico de Montcada Universidad de Almería Universitat Autònoma de Barcelona Universitat de Girona Universidad de León Universidad Nacional de Educación a Distancia Universitat Oberta de Catalunya Universitat Rovira i Virgili
Institucions públiques Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat Generalitat de Catalunya • Departament de Treball, Afers Socials i Famílies • Departament de Salut • Departament de Justícia • Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge • Departament de la Presidència Diputació de Barcelona Consell Comarcal del Baix Ebre Consell Comarcal del Maresme Ajuntament de Barcelona Ajuntament de Badalona	Empreses amigues Anudal BDN Running Besthitoba (Bar Rte Estación Torrebaró) Carreras-Ribó Invers S.L. CLH CGI AA Advocats Construcciones Sabater Correos Express Ecta-3 Anuncis Fines Layes S.L. Fomento de Construcciones y Contratas	Col·laboradors Aire de Barcelona Banc dels Aliments Banc Farmacèutic Biblioteca Tirant lo Blanc de Montgat Bon Area Bonpreu-Esclat Casa Biblica de Montcada i Reixac Casa Ramon Centre Civic de Magoria Centre Internacional de Metodologies Numèriques en l'Enginyeria (CIMNE) Club Lleuresport Coca-Cola Iberian Partners Condís Montcada	En memòria de Johan Cruyff 1947-2016 Patró fundador de Projecte Home Catalunya

Figura 17. Despiece de la Memoria Anual de 2015 en la que aparecen las colaboraciones. Extraído de: la Memoria Anual de 2015 de la Asociación Projecte Home.

Eventos y actos que desarrollan desde la entidad

El responsable de comunicación y de la organización de eventos solidarios de Projecte Home, Jordi Feu, explica en la entrevista realizada, que los actos que se llevan a cabo tienen un doble objetivo. El primero, que siempre está presente, es el de sensibilizar, y el segundo, es el de recaudar fondos, que puede llevarse a cabo o no, dependiendo del evento en cuestión.

Para la organización de éstos, generalmente, cuentan con la ayuda de instituciones o de empresas que muestran interés por la causa por la que trabaja la asociación. En este sentido, son éstas las principales organizadoras aunque la asociación desarrolla fundamentalmente, las labores de promoción y difusión del evento.

A continuación, se explican algunos de los eventos más significativos:²¹

Años atrás, Projecte Home celebraba cenas solidarias a las que asistía un gran volumen de personas con alto poder adquisitivo. Pese a que los hoteles en los que tenía lugar eran cedidos, el resto de elementos, así como el catering o los espectáculos, entre otros aspectos organizativos eran montados y cubiertos por la propia asociación. Siguiendo la misma línea, el año 2014, el Parque de Atracciones PortAventura se encargó de llevar a cabo una cena de gala solidaria que consiguió recaudar grandes cifras.

El pasado mes de enero con motivo del final de la celebración de los 20 años de la entidad, tuvo lugar el concierto la Joven Orquestra de Catalunya (JONC). Este evento fue muy positivo puesto que se trató de una estrecha colaboración entre ambos. La JONC aportó la parte artística: música, instrumentos, el concierto en sí y todo su prestigio. Y Projecte Home, aportó las tareas de difusión y de búsqueda de otros colaboradores. Como por ejemplo, la Fundación Obra Social La Caixa y la Generalitat, que fueron patrocinadoras de honor junto a la aportación de otras empresas. La intención principal era la de intentar contactar con el mayor número de gente posible para poder llenar el auditorio al completo. En este caso, además de la recaudación obtenida mediante la venta de entradas para el concierto y de las aportaciones económicas de los patrocinadores, era importante que el acto generase impacto mediático y a la vez que fuese capaz de sensibilizar a la sociedad.

Anualmente, se organiza un torneo de fútbol solidario en el que participan trabajadores, usuarios, amigos y familiares. En este caso, sí que es Projecte Home quien lleva la organización de forma general y cuenta con patrocinios. No obstante, el objetivo fundamental no es el de recaudar fondos, sino el de sensibilizar a la sociedad y celebrar un día practicando deporte y compartiendo experiencias.

El responsable comenta también, que planificar y organizar este tipo de actos requiere de mucho esfuerzo y de tiempo, hecho que en muchas ocasiones dificulta su desarrollo. Considera que deben realizarse de manera puntual puesto que son beneficiosos pero reconoce que existen otras prioridades, referentes al tratamiento y la atención a los usuarios. En este sentido, argumenta que a día de hoy, no se han planteado la posibilidad de externalizar este servicio.

²¹ Entrevista en Anexos (pág.98)

2.1.2.2.3 Federació d' Entitats d' Atenció a la Infància i l' Adolescència (FEDAIA)



Figura 18. Logo de la Federació d' Entitats d' Atenció a la Infància i l' Adolescència.
Extraído de: www.fedaia.org

FEDAIA²² es la Federació d' Entitats d' Atenció a la Infància i l' Adolescència. Se trata de una plataforma nacida el año 1996 que engloba un total de 90 entidades catalanas no lucrativas que trabajan con niños, jóvenes y familias que se encuentran en riesgo de exclusión social o en desamparo. Su sede está en Barcelona.

Forma parte del Tercer Sector Social y tiene gran importancia en Catalunya. De hecho, se ha convertido en el agente social referente en el ámbito catalán gracias a la colaboración y a la ayuda que proporcionan organizaciones del Tercer Sector y a administraciones competentes.

Los valores y las premisas que defienden son: el cambio social como pilar de su acción, la responsabilidad, el compromiso, la profesionalidad, la calidad, la participación y la innovación. La misión fundamental de la federación es la de garantizar tanto la calidad de vida como los derechos de la infancia y de la adolescencia en distintos niveles: personal, sanitario, educacional, pre-laboral, social y político, etc. Focaliza su atención en aquellas familias más vulnerables.

FEDAIA proporciona servicios en relación con centros que luchan por la protección y prevención de estos colectivos. En el primer caso: Centros Residenciales de Acción Educativa (CRAE), Centros Residenciales de Educación Intensiva (CREI), Centros de Acogida, Instituciones que colaboran con la integración familiar, pisos asistidos, servicios de adopciones, residencias maternas...En el segundo caso: Centros Abiertos, Unidades de Escolarización Compartida, programas contra el abuso y la violencia familiar, soporte y desarrollo en el ámbito educacional y tecnológico, orientación, espacios familiares, aulas de estudio y de formación pre-laboral, actividades lúdicas, etc.

²² Documentación extraída de la página web de la federación: www.fedaia.org

Datos estadísticos de la federación²³

La federación declara que el conjunto de las 90 entidades que forman parte de ella atienden a un total de 100.000 niños y 35.000 familias. Las cifras son notablemente más elevadas que en la Asociación Projecte Home, puesto que FEDAIA engloba a un gran volumen de entidades.

Los datos recogidos en la última memoria publicada el pasado año 2014 muestran que, a través del Programa CaixaProInfància promovido por la Obra Social La Caixa, se atiende a niños/as y adolescentes comprendidos entre los 0 y los 16 años y a familias que debido a su situación económica requieren de servicios de atención y acompañamiento social. Las cifras reflejan que se ha atendido a 2.665 niños y a 1.203 familias. El programa se ha convertido en uno de los proyectos más importantes en los que colabora FEDAIA mediante la tramitación de bienes y la gestión de servicios necesarios que permiten cubrir las necesidades básicas de sus receptores.

El número de profesionales que trabajan es de 3.000 junto a la imprescindible tarea que realizan un total de 4.800 voluntarios.

En cuanto al número de ingresos, el informe económico de 2015 refleja que el total de éstos fue de 612.553,55 €. Estos provienen principalmente de subvenciones oficiales y suponen 242.863,04 que son destinados a proyectos basados en la promoción, prevención, educación e integración. Son otorgadas por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, del Ayuntamiento de Barcelona, de la Diputación de Barcelona y de la Diputación de Tarragona.

En segundo lugar, las donaciones y otros legados representan un total de 225.970,70 € y provienen de la Obra Social La Caixa y de empresas privadas. FEDAIA recibe un conjunto de ingresos de forma periódica que suponen 191.399,50 € y por la prestación de servicios que realiza 37.012,81. Finalmente, los ingresos relacionados con promociones, patrocinios y colaboraciones representan 5.107.40 €.

En relación a ello, las instituciones públicas y privadas que colaboran con FEDAIA son:



²³ FEDERACIÓ D' ENTITATS D' ATENCIÓ A LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA (FEDAIA). *Memoria anual 2014*. [En línea] Disponible en: www.fedaia.org/sites/fedaia/files/uploads/Memories/memoria_2014-definitiva.pdf



Figura 19. Patrocinadores y colaboradores de la federación. Extraídos de la página web de FEDAIA.

Eventos y actos que se desarrollan desde la entidad

La responsable de comunicación de FEDAIA y coordinadora del Programa CaixaProinfància, Vanessa Álvarez²⁴, explicó en un encuentro, que la federación no tiene entre sus objetivos principales la organización y realización de eventos solidarios con la finalidad de recaudar fondos. Destacó que aunque de forma puntual se llevan a cabo eventos para dar visibilidad de la tarea que se desarrolla desde las entidades que forman parte de la Federación, el día a día se centra en la formación a profesionales del ámbito de la infancia, en hacer incidencia política y en el servicio proporcionado a las entidades socias.

No obstante, haciendo referencia a dos de los eventos solidarios que sí que se llevan a cabo de forma anual se encuentra la Fiesta de las Familias que tiene lugar en la Illa Fantasia y la Fiesta Sonríe por la Infancia, en el parque de atracciones de PortAventura.

La última edición de la Fiesta de las Familias tuvo lugar el pasado 24 de junio de 2016. Tiene como objetivo sensibilizar, concienciar e informar a la sociedad sobre el acogimiento familiar, además de dar a conocer la situación que viven tanto niños como adolescentes que no tienen acceso a actividades que permitan su desarrollo personal. En este sentido, para hacer posible un día de diversión en el que estos colectivos puedan disfrutar, el propio recinto ofrece entradas a un precio

²⁴ Referencia de la fuente personal en la Bibliografía y webgrafía (pág.93)

reducido de 13€ mediante la venta de las cuales, una parte de la recaudación va destinada a los proyectos que desarrolla la federación. El evento cuenta con un soporte especial por parte de l'Institut Català de l'Acol·liment i de l'Adopció (ICAA) que está presente durante todo el evento para ofrecer información sobre el acogimiento familiar a todos aquellos que lo deseen.

En cuanto a las principales empresas que colaboran en este día, además del propio recinto, se encuentra Rodalies de Renfe, que se encarga de proporcionar billetes de transporte gratuitos para aquellos niños y adolescentes que forman parte de las entidades con las que trabaja FEDAIA y LetsBonus, una plataforma web que ofrece descuentos en distintas actividades.

La Fiesta Sonríe por la Infancia se celebra en PortAventura desde el año 2013. La última edición tuvo lugar el 18 de abril de 2016 y la próxima será el 20 de mayo de este mismo 2017. En este acto se reúne a más de 3.000 niños y adolescentes. La intención fundamental de esta celebración es tal como dice su lema, que usuarios se lo pasen bien durante todo ese día, y sonrían. Independientemente de la situación económica en la que se encuentren, todos ellos deberían tener los mismos derechos, y por supuesto, las mismas oportunidades de poder ser felices, comentó V.Álvarez. En este sentido, se busca sensibilizar y solidarizar a la sociedad en cuanto a la necesidad de invertir en políticas que garanticen la igualdad y las mismas oportunidades tanto a niños como a adolescentes y a jóvenes.

PortAventura se encarga de ofrecer entradas solidarias a 20€ para que niños y jóvenes puedan participar acompañados de sus educadores o de sus familias de acogida. En este evento se cuenta también con la colaboración de Rodalies Renfe y de otra serie de colaboradores que deciden ayudar o bien con aportaciones económicas, ciertos recursos o mediante la difusión. Es el caso de entidades bancarias como la Obra Social La Caixa, de administraciones como los Ayuntamientos tanto de Tarragona como de Barcelona, Marc Martí, Cadena Ser, MammaProof, Op&Kids, SortirAmbNens y Adolescents.cat, entre los más destacados.

No obstante, Vanessa Álvarez afirmó que no resulta fácil recibir donaciones económicas por parte de empresas privadas. A nivel logístico, la tarea que realizan para poder llevar a cabo este acto requiere de tiempo y de mucha organización. Teniendo en cuenta que quien se encarga de coordinarlo es la secretaría técnica de la Federación, compuesta por 7 personas que deben compaginar la gestión de estas fiestas con el día a día de la entidad, resulta incluso más complejo.

2.1.3 Proveedores e intermediarios

Los proveedores son un colectivo de gran interés para la empresa ya que aportan los recursos necesarios para el desarrollo y el funcionamiento de los actos y de los eventos. Por tanto, se convierten en indispensables. En el caso de EventSO, existen una gran variedad y dependiendo del tipo de servicio que se realice se contratarán unos u otros.

No obstante, en los eventos que organiza la empresa, se intentará que la mayoría de los recursos y de los servicios requeridos sean cubiertos gracias a acuerdos de colaboración, patrocinadores o voluntariado así como personal en prácticas, ya que la intención principal es la de poder reducir al máximo los costes. De esta manera, el cliente, es decir la entidad, no deberá hacerse cargo de un gran volumen de gastos y podrá contar con la cantidad económica recaudada de forma íntegra.

De todos modos, los proveedores que se tienen de referencia y a los que se contratará en un inicio serán principalmente los nombrados a continuación aunque dependerá de las circunstancias.

Espacio: recinto donde se realizará el evento, acto, jornada, conferencia, congreso, celebración, feria, salón, etc. Pueden ser locales, parques de atracciones, teatros, auditorios, restaurantes, hoteles, entre muchos otros. Dependerá del tipo de actividad que se desarrolle en cada caso.

Los espacios pueden ser infinitos, a modo de ejemplo: la Casa Llotja de Mar, las Caves Cordoniu, el Born Centre Cultural, el Hotel Miramar, el Gran Teatre del Liceu, el Poble Espanyol y el Parque de Atracciones PortAventura.²⁵

Diseño y decoración: mobiliario necesario así como stands, carpas, altares. Los proveedores pueden ser Paladar Eventos, OrmoDesign o Bcn Congress. En el caso de la decoración, elementos como lámparas, obsequios, flores, etc. Los proveedores podrían ser: Ilalluna, La Tarara y La Floreria. En este apartado también se puede incluir la imprenta necesaria para la cartelería (pancartas, roll-ups, flyers, invitaciones, acreditaciones...) Los proveedores podrían ser Zonaplotter, Pancarta.es o la Gran Imprenta online.

²⁵ Lista de proveedores de espacios que podrían contratarse para los actos y los eventos: www.aspic.es/spaces

Catering: comida, aperitivos y bebidas necesarias para el evento. Las empresas de catering se encargarán de cubrir este aspecto. Los proveedores a los que se solicitaría este servicio serían: Casanovas Catering Traiteur, Catering Martín Berasategui o Krisalia Catering.

Servicios técnicos: recursos como equipos informáticos, luz, sonido y música, redes inalámbricas (Wi-fi), etc. Algunos de los proveedores con los que se contactará serán: ASB, Eikonos o Ilisotec.

Personal: perfiles necesarios para cubrir los distintos puestos en los eventos, la gran mayoría de ellos se resumen en las siguientes categorías:

- Azafatas/os, camareros/as, presentadores/as, animadores/as: Eventum Hostess, Bcn Azafatas o Hostesses Catalunya
- Gabinete de comunicación y fotógrafos/as: Eolo Comunicación, EDT Eventos (Marketing y Comunicación para eventos) y David Levin Photographer
- Asistencia médica: Cruz Roja, Prevegesa y Serveis TGN
- Limpieza: Bunzl, Afisan S.L. y BCN servicios de limpieza
- Seguridad y control de accesos: Civittas, Catch & Control XX y BS Staff
- Mantenimiento y montaje: Penny Wise S.L., Nunu y BarcelonaKaizenTeam

2.1.4 Otros componentes del mercado

2.1.4.1 Estacionalidad

La demanda de los servicios de la empresa se concentra en ciertos meses. Durante los meses de noviembre a enero, especialmente el mes diciembre es una época idónea para desarrollar eventos de recaudación de fondos ya que gran parte de la población se muestra más solidaria debido al espíritu navideño y decide colaborar. En este sentido, concretamente las empresas y organizaciones deciden donar cantidades económicas, generalmente más elevadas, destinadas a entidades sociales sin ánimo de lucro que requieren de estas aportaciones para seguir funcionando y atendiendo a colectivos vulnerables. Durante el mes de diciembre será cuando tendrán lugar más eventos.

Por otro lado, los meses de mayo y junio suponen un mayor reclamo ya que empieza el buen tiempo y se pueden llevar a cabo más actividades y actos al aire libre, como por ejemplo, conciertos, cenas y fiestas en parques de atracciones, entre otros.

Por este motivo, debido a las numerosas posibilidades, la participación sería más elevada por parte de los asistentes así como patrocinadores y colaboradores.

Tanto en el período invernal como en el primaveral y pre-veraniego, se concentrarán la totalidad de los eventos que llevará a cabo EventSO, debido a una fuerte demanda por parte de las entidades.

Los meses de febrero, marzo y abril son fundamentales para la organización y preparación de los eventos. Mientras que los meses de verano, julio y agosto sí que suponen realmente una bajada en cuanto al volumen de trabajo.

Finalmente, los meses cercanos al último trimestre del año, setiembre y octubre son vitales y representan una punta de trabajo puesto que son los previos a la realización de gran parte de los actos que se realizan. No obstante, durante los meses en los que inicialmente no están programados actos ni eventos puede ser que se realicen algunos a pequeña escala dependiendo de la demanda que exista por parte de las entidades sociales catalanas.

Pese a las intenciones iniciales antes de programar cualquier evento será necesario tener en cuenta como mínimo dos factores. En primer lugar, que la celebración de los eventos dependerá también de la disponibilidad del espacio o del recinto en el que se vaya a realizar. Y en segundo lugar, es imprescindible asegurarse de que el evento no coincide con otro de mayor magnitud o interés así como un acontecimiento o una festividad señalada, un acto deportivo, etc.

Por estas razones, durante la planificación previa de cualquier evento, se deberá hacer un análisis que permita conocer el entorno en el que se desarrollará y los factores externos que pueden influir de un modo u otro.

2.1.4.2 Intervenciones administrativas

La empresa trabaja para las organizaciones sociales sin ánimo de lucro del Tercer Sector Social. Por tanto, en el desarrollo de los actos que permitirán recaudar fondos para este tipo de entidades, deberá tener en cuenta las leyes que intervienen en el sector ya que las entidades deben ser responsables en la gestión de los recursos públicos que reciben y tener presente también, que los beneficios obtenidos con la recaudación deberán ir dirigidos íntegramente a la entidad en cuestión sin que EventSO intervenga en ello.

FACTORES INTERNOS (EventSO)	
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa pequeña que parte de cero: debe adaptarse y darse a conocer • Público objetivo muy específico • Dificultades económicas a corto plazo debido a ingresos bajos • Dependencia estricta de acuerdos de colaboración y patrocinio con instituciones, organizaciones y empresas en el desarrollo de los servicios
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del sector y del mercado en el que actúa • Necesidad de este tipo de eventos por parte de las entidades sociales • Servicio personalizado a razón de las necesidades de cada entidad • Variedad de actos y eventos adaptados a presupuestos distintos • Personal profesional y cualificado con grandes capacidades de organización y gestión
FACTORES EXTERNOS (Mercado)	
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte presencia de empresas organizadoras de eventos (competencia directa) • Situación económica y social poco favorable • Incumplimiento de pagos por parte de proveedores y colaboradores • Falta de recursos económicos de algunas de las entidades sociales sin ánimo de lucro del Tercer Sector Social y de otras que organizan los actos internamente • Realización de eventos en los que la aceptación no sea la esperada, y por tanto, la recaudación sea insuficiente
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de considerarse referente en el Tercer Sector Social • Escaso conocimiento y formación de las entidades para desarrollar eventos • Contacto con diversidad de proveedores para cubrir todos los servicios • Dominio de nuevas tecnologías y de recursos innovadores

2.3 Definición y selección del público objetivo

Los servicios que desarrolla EventSO van destinados a las entidades sociales (federaciones, asociaciones y fundaciones) sin ánimo de lucro miembros de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. El número de federaciones que forman parte es 36, que a su vez aglutinan a un conjunto de **3.034** entidades catalanas. Estas entidades son las que pueden solicitar los servicios, y por tanto, se convierten en el público objetivo aproximado de la empresa.

Las características de estas empresas se pueden consultar en el apartado 2.1.1 Demanda. Por otro lado, es importante no descuidar y a la vez, tener en cuenta los otros dos grandes grupos de actores que intervienen en el Tercer Sector Social de Catalunya: las personas (colectivos atendidos, trabajadores, voluntarios, socios y donantes) y las administraciones e instituciones (públicas y privadas) que colaboran.

2. 4 Definición de los objetivos comerciales e ideológicos

OBJETIVOS COMERCIALES

A corto plazo

- Desarrollar con éxito los 11 eventos previstos durante el primer ejercicio económico, adaptándose a los presupuestos establecidos y a los objetivos. Ingresar como mínimo 60.000 € anuales por ventas de servicio (teniendo en cuenta que no se trata de un negocio puramente lucrativo)
- Elaborar un catálogo de referencia de los eventos realizados
- Cubrir la mayor parte de los costes a través de colaboraciones (patrocinios)

A medio plazo

- Conseguir una fuerte presencia mediática para generar impacto y que las entidades opten por contratar los servicios de EventSO (mayor número de ingresos)
- Aumentar los acuerdos de patrocinio y colaboraciones
- Realizar eventos innovadores y creativos que permitan distinguirse de la competencia
- Ampliar el número de eventos durante el segundo ejercicio económico y, por tanto, las ganancias

A largo plazo

- Ser referente en el Tercer Sector Social de Catalunya para entidades, administraciones e instituciones
- Empezar a generar beneficios reales en la empresa a partir del tercer ejercicio económico

OBJETIVOS IDEOLÓGICOS

- Mantener el espíritu solidario trabajando siempre en la misma línea (reinvertir los beneficios en mejora y en el funcionamiento de la empresa, sin distribuirlos entre los socios y respetar margen de beneficio situado entre un 10 y un 12%)
- Concienciar y sensibilizar a la población sobre las problemáticas presentes.

2.5 Políticas de marketing o marketing mixt

2.5.1 Tipo de estrategia

La estrategia a seguir por parte de la empresa es la concentrada puesto que se especializa en un ámbito concreto, que es el Tercer Sector Social de Catalunya y con un objetivo también concreto: la realización de eventos solidarios, fundamentalmente enfocados en la recaudación de fondos para entidades sociales. En este caso, los servicios que ofrece van destinados a los colectivos vulnerables dentro de la sociedad. Como se ha referenciado anteriormente, que no existen empresas relacionadas con el mundo de los eventos que se dediquen exclusivamente a la realización de eventos y de actos con estas finalidades.

2.5.2 Definición del servicio

Los servicios que ofrece EventSO son distintos y personalizados, ya que depende de la demanda (necesidades y preferencias) de cada cliente, en este caso, de cada entidad y del colectivo correspondiente al que vaya destinado. En este punto cabe tener en cuenta, que gran parte de los eventos benéficos se realizan con la intención de recaudar fondos, principalmente, de carácter económico pero también para conseguir recursos como por ejemplo: capital humano, locales y espacios, mobiliario, materiales, equipos informáticos o tecnológicos, etc. Los eventos solidarios cumplirán con los requerimientos que planteen las entidades.

La organización de este tipo de acciones requiere de gran dedicación y de tiempo, valores que muchas de las entidades no disponen, ni tampoco de los recursos necesarios para poder hacerlo. En este sentido, requieren de los servicios externos de una empresa especializada en este ámbito, como EventSO, que consiga cumplir con sus objetivos y permita que los eventos tengan repercusión y éxito. En cuanto a actos a nivel interno, como conmemoraciones o presentaciones anuales, las entidades prefieren organizarlos ellas mismas puesto que fomentan la participación de usuarios y de socios y el contacto es más cercano.

EventSO se encarga de todas las etapas que forman parte de las distintas fases de un evento: la organización-planificación y gestión previa, la ejecución y el cierre-valoración posterior²⁶.

²⁶ Consultar 3.1 Plan de producción o prestación del servicio (pág.49) para conocer las fases y funciones desarrolladas

Los eventos y los actos solidarios principales que organiza la empresa se pueden clasificar en las categorías que se muestran a continuación. No obstante, a medida que la empresa adquiera mayor experiencia y un mayor número de clientes, existe la posibilidad de que realice otros actos y acciones de carácter puntual.

- **Eventos gastronómicos:** cenas de gala, comidas, cócteles...
- **Eventos culturales:** conciertos, espectáculos de magia o monólogos, obras de teatro, danza, desfiles de moda, exposiciones artísticas, conferencias, congresos, jornadas, talleres...
- **Eventos deportivos:** carreras, competiciones, torneos, maratones, actividades (yoga, zumba...), partidos de fútbol, de baloncesto...
- **Concursos:** sorteos, rifas, subastas...

Estos actos pueden desarrollarse de forma individual o bien combinando más de uno, como es el caso del evento de ejemplo organizado para la Asociación para Vencer el Autismo y Trastornos del Desarrollo (AVA)²⁷.

En un principio, EventSO no puede mostrar un catálogo con los servicios y los precios de cada uno de ellos. La razón principal es que cada uno de los eventos es individual y personalizado. Por este motivo, pese a que en la organización de cualquier evento sigue un mismo patrón, cada uno de ellos es significativamente distinto, y por tanto, las características y los precios, también.

Con el tiempo sí que será posible la creación de un catálogo en el que se incluirán los eventos que se hayan ido realizando para que las entidades interesadas que quieran contratar alguno de los servicios puedan tener ejemplos de referencia. Este catálogo aparecerá en la página web de EventSO, y además, también se adjuntará en la newsletter trimestral²⁸ que envía la empresa los suscriptores.

²⁷ Consultar en 3.2 Organización del evento (pág.51)

²⁸ Consultar en 2.5.5 Plan de comunicación (pag.45)

2.5.3 Fijación de la política de precio

El precio de los eventos variará en función del tipo de acto, de los servicios solicitados por los clientes y de los costes que generen²⁹. Por este motivo, no se pueden establecer tarifas concretas ya que intervienen muchos factores. En relación a ello, tampoco se puede tomar como ejemplo los precios de la competencia, ya que no están establecidos y son también, variables.

Los costes dependerán de la contratación de proveedores que garanticen los recursos necesarios para poder desarrollar el evento, del número de patrocinios, colaboraciones y donaciones, así como de las cifras aportadas. Estos últimos elementos son los que posibilitan la reducción de costes y la realización de este tipo de eventos.

Cabe tener en cuenta que el precio de estos actos, a pesar de su dimensión, no podrá ser demasiado elevado, ya que las entidades sociales, especialmente las más pequeñas, no cuentan con suficiente presupuesto. Por este motivo, una de las misiones más importantes para la empresa es la de poder llegar al mayor número de acuerdos con instituciones y empresas que permitan cubrir en la medida de lo posible la totalidad o gran parte de los gastos. De este modo, el evento conseguirá alcanzar interesantes cifras en cuanto a recaudación de fondos sin suponer un esfuerzo elevado a nivel económico para las entidades.

Para la empresa el margen de beneficio se sitúa entre el 10 y el 12% del coste total que supone el evento. El objetivo que tiene EventSO, como ya se ha comentado, no es el de lucrarse mediante los servicios que ofrece, sino el de convertirse en referente como empresa organizadora de eventos dentro del mundo del Tercer Sector Social de Catalunya y mantener el espíritu solidario en su línea de trabajo.

2.5.4 Estrategia de distribución

Se trata de una empresa de organización de eventos que ofrece servicios, y por tanto, no es necesario seguir una estrategia de distribución como en el caso de los productos físicos que deben llegar a mano de los consumidores o de productos distribuidos online. Este hecho permitirá que EventSO pueda reducir los costes de producción ya que no se contratará a ninguna empresa distribuidora ni de logística para realizar sus servicios.

²⁹ Consultar costes, proveedores, patrocinios y precio final en 3.2.11 Presupuesto del evento (pág.73)

2.5.5 Plan de comunicación

Los planes de comunicación seguidos por la empresa se dividen en dos grandes acciones diferenciadas. La primera de ellas es la campaña de lanzamiento inicial, que tiene la intención de dar a conocer dentro del Tercer Sector Social, el nacimiento de la empresa. Y la segunda, la comunicación anual que desarrolla para informar de los eventos y de los acontecimientos que vayan teniendo lugar como la llevada a cabo en la planificación, ejecución y cierre de los eventos organizados.

Campaña de lanzamiento inicial

Página web: se comprará el dominio para la página web de EventSO en Hosteurope.es. Las características que presenta son: tráfico web, espacio y cuentas de correo ilimitadas. Las bases de datos que puede almacenar también son ilimitadas. Estos dos últimos aspectos son los más relevantes para EventSO, ya que ofrecerán la posibilidad de poder contar con una base de datos más amplia. El coste de alta es de 0€.

Creación de perfiles redes sociales: estar presente en las plataformas Facebook y Twitter para que los actores que intervienen en el Tercer Sector Social (entidades, colectivos, usuarios, instituciones, empresas...) puedan conocer a EventSO. En el caso de Facebook, el community manager y a la vez comercial de la empresa, creará una página y en el caso de Twitter, una cuenta. De este modo, será posible llegar a un número más grande de personas de forma fácil y rápida.

Medios de contacto: el comercial se encargará de contactar o bien telefónicamente, que supone un trato más directo y necesario especialmente con las instituciones y grandes organismos o a través de *mailing*, el envío masivo de mails a las entidades que forman parte de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social. El objetivo que se pretende alcanzar en este punto es el de dar a conocer la creación de la empresa y empezar a establecer una base de datos interesante. En este primer momento, el comercial aprovechará la ocasión para invitar a personalidades destacadas del sector al acto de inauguración de EventSO. El coste de la creación de los perfiles en redes sociales y de estas acciones es de 0 €. No obstante, como ya se ha comentado, estas actividades las realiza parte del personal interno de la empresa, que cobra un sueldo por realizar este tipo de tareas, entre otras.

Acto de inauguración: se realizará un acto inaugural con la intención de generar impacto y lograr que los medios tengan interés por cubrirlo y difundirlo. Se convocará una rueda de prensa a la que se invitará a numerosos medios de comunicación y a las instituciones más relevantes así como a la

Generalitat de Catalunya, a la Diputació de Barcelona y al Ayuntamiento de Barcelona y a Fundaciones y organizaciones como la Obra Social la Caixa y Cruz Roja. De este modo, la repercusión que tendrá el acto será altamente considerable y conseguirá que todos los actores que participan en el Tercer Sector Social de Catalunya puedan conocer a EventSO y contratar sus servicios o bien ejercer de colaboradores o patrocinadores en sus eventos. Al final del acto tendrá lugar un catering en el que se brindará con cava a modo de celebración y se podrán degustar variedad de dulces y salados mientras los asistentes tendrán la oportunidad de hablar detenidamente. El coste total del acto inaugural es de 1.200 €.

Coste total campaña de lanzamiento inicial: 1.200 €

Comunicación anual de mantenimiento

Página web: se publicarán contenidos relacionados con el Tercer Sector Social y con los eventos que se organizan para algunas de las entidades. A través de la página web también se podrá contactar con la empresa para solicitar información y presupuestos orientativos. Además, permitirá suscribirse a la newsletter trimestral que EventSO enviará. El coste mensual de mantenimiento de la página web es de 8 €, un total de 96 € anuales.

Actualización y mantenimiento de las redes sociales: la página creada en Facebook y la cuenta en Twitter se actualizarán diariamente o semanalmente dependiendo de la afluencia de contenidos y de los eventos que se desarrollen, ya que como se ha explicado en el apartado de estacionalidad, en función de los meses, el volumen de trabajo será mayor o menor. La persona que se encargará de ello será el comercial de la empresa, ya que a la vez lleva a cabo las labores internas de marketing y de community manager.

Medios de contacto: tal como se ha explicado en la campaña de lanzamiento, el proceso que se seguirá en este sentido, será el mismo. El comercial desarrollará las tareas de contacto, por tanto, de relaciones públicas con instituciones, organizaciones, empresas y entidades. Les propondrá colaborar o participar en eventos, les comunicará informaciones relevantes del sector, etc.

Newsletter: se enviará un boletín digital mediante correo electrónico a aquellos receptores que estén suscritos a través de la página web, y por tanto, presenten interés en recibir este contenido. Será de carácter trimestral y se enviará, por tanto, cuatro veces al año en las fechas siguientes: el 30 de marzo, el 30 de junio, el 30 de septiembre y el 30 de diciembre.

En la newsletter aparecerán los datos de la empresa, así como la página web, el enlace a los perfiles en las redes sociales, el contacto, etc. Se publicarán contenidos del ámbito del Tercer Sector Social de Catalunya, así como noticias, artículos, columnas, entrevistas y breves reportajes sobre temáticas relacionadas con los colectivos, entidades, asociaciones, federaciones, etc. Se informará también sobre las cifras obtenidas en eventos anteriores y sobre eventos que tendrán lugar posteriormente.

La persona que se encargará del diseño de la newsletter será un diseñador gráfico freelance que se contratará de forma puntual, únicamente durante dos semanas cuatro veces al año para llevar a cabo esta labor. El coste es de 90 € trimestralmente, un total de 360 € anuales.

La comunicación interna de la empresa será desarrollada por el propio personal, especialmente por el comercial y a la vez experto en marketing-community manager. Pero en el caso de la comunicación que se desarrollará en los eventos, se contratará a un gabinete de comunicación de forma puntual que se encargará de cubrir los distintos actos y eventos, desarrollando las tareas propias de comunicación. El coste de este servicio variará dependiendo del volumen de trabajo requerido pero la media establecida es de 500 € por evento. Contando que el número total de eventos previstos que realizará la empresa es de 11, la cifra asciende a 5.5000 € anuales.

Coste total comunicación anual de mantenimiento: 5.956 €

⇒ **Presupuesto total de comunicación: 7.156 €**



Figura 20. SmartArt de elaboración propia con los elementos de comunicación de EventSO.

3. PLAN DE PRODUCCIÓN O DE OPERACIONES

3.1 Plan de producción o prestación del servicio

La organización de cualquier tipo de evento se rige por unos parámetros comunes. Por tanto, todos los eventos y los actos que organice EventSO serán planificados siguiendo las pautas y rutinas que aparecen a continuación, aunque serán adaptados dependiendo de las necesidades de cada uno de ellos. Más adelante, como se ha referenciado con anterioridad, EventSO ha decidido organizar un evento de ejemplo, para la Asociación para Vencer al Autismo y Trastornos del Desarrollo (AVA).

FASE 1: PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN PREVIA AL EVENTO (entre 4 y 6 meses antes del evento)	
<u>FUNCIONES</u>	<u>PERSONAL</u>
Recopilar documentación sobre la entidad y sobre la situación	Directora y organizadora de eventos de EventSO
Concretar y definir el tipo de evento/acto en función de las necesidades y de los objetivos de la entidad	Directora, organizadora de eventos y comercial de EventSO
Seleccionar el día y del lugar idóneos teniendo en cuenta factores externos (disponibilidad del espacio y no coincidencia con otros actos)	Directora, organizadora de eventos y comercial de EventSO
Contactar con empresas e Instituciones para establecer acuerdos de colaboración y patrocinio (llamada telefónica)	Comercial de EventSO
Tantear posibles asistentes: personal de la entidad, Instituciones, Administraciones (llamada telefónica) y empresas (registro mediante la web) → invitaciones	Directora y comercial de EventSO
Enviar la newsletter a los suscriptores (en caso que corresponda a las fechas en las que se distribuye)	Diseñador gráfico freelance contratado por EventSO
Promocionar el evento a través de publicaciones en la página web y en las redes sociales – Facebook y Twitter – de la empresa	Comercial y experto en marketing de EventSO
Buscar y contratar proveedores que permitan cubrir los distintos servicios (espacio, diseño y decoración, cartelería, equipo técnico y de sonido, catering y personal)	Organizadora de eventos de EventSO
Elaborar el programa del evento así como el cronograma con las funciones y personal que las desarrolla	Organizadora de eventos de EventSO – requiere de la aprobación de la entidad (cliente)
Realizar una rueda de prensa para atraer a un mayor número de asistentes	Gabinete de Comunicación externo contratado por EventSO
Cerrar el presupuesto del evento	Directora, organizadora de eventos, comercial administrador-contable de EventSO

FASE 2: EJECUCIÓN DEL EVENTO (durante el acto)	
<u>FUNCIONES</u>	<u>PERSONAL</u>
Supervisar previamente el espacio, los recursos y el personal Realizar ensayo general	Directora, organizadora de eventos y comercial de EventSO junto al personal contratado
Dar la bienvenida y recibir a los invitados (listados)	Directora, organizadora de eventos y comercial de EventSO y azafatas/os externos
Gestionar y controlar la realización de tareas que desarrolla el personal así como solventar posibles imprevistos	Directora, organizadora de eventos y comercial de EventSO
Cubrir a nivel informativo y visual el evento	Gabinete de Comunicación contratado por EventSO y fotógrafos externos
Actualizar las redes sociales – Facebook y Twitter – de la empresa	Comercial y experto en marketing de EventSO
FASE 3: CIERRE Y VALORACIÓN DEL EVENTO (final del acto y durante la semana posterior)	
<u>FUNCIONES</u>	<u>PERSONAL</u>
Analizar las cifras obtenidas y cierre del evento	Directora, organizadora de eventos, comercial administrador-contable de EventSO
Publicar las cifras obtenidas en las redes sociales – Facebook y Twitter – y en la página web de la empresa	Comercial y experto en marketing de EventSO
Enviar la newsletter a los suscriptores (en caso que corresponda a las fechas en las que se distribuye)	Diseñador gráfico freelance contratado por EventSO
Valorar internamente la ejecución del evento	Directora, organizadora de eventos, comercial y administrador-contable de EventSO

3.2 Organización del evento

3.2.1 Cliente y promotor

La clienta y promotora del evento es la presidenta de la Asociación para Vencer el Autismo y Trastornos del Desarrollo (AVA), Ana Medina³⁰. Una entidad sin ánimo de lucro creada el año 1999, de ámbito nacional y con sede en Barcelona, que forma parte de la Taula d'Entitats y se engloba en el colectivo de la infancia.

Se trata de una asociación de afectados que agrupa a familiares de niños que padecen algún tipo de trastorno del espectro autista³¹. La finalidad principal es la de poner al alcance de este colectivo las terapias más avanzadas para los tratamientos. En este sentido, las intervenciones biomédicas que se ofrecen tanto a adultos como a niños con autismo están recogidas en el protocolo DAN, confeccionado por el *Autism Research Institute*³². Los mejores médicos a nivel mundial son convocados para dar a conocer los avances que se producen en los tratamientos.

Siguiendo la misma dirección, AVA, dedica gran parte de sus esfuerzos tanto a la divulgación de información relacionada con los tratamientos como a la puesta en contacto de familias y usuarios con expertos profesionales.

Los servicios principales que desarrollan para este colectivo son: terapias que ayudan a prevenir el deterioro de los usuarios a todos los niveles (funcional, cognitivo, motor, emocional y social), diagnósticos, tratamientos específicos, acompañamiento especializado y apoyo familiar.

Por otro lado, la asociación está trabajando en la creación de un centro que acogerá tanto a adultos como a niños que no dispongan de la ayuda y del cuidado de familiares y que deban seguir con su recuperación tanto física como mental. Desde la Asociación para Vencer el Autismo y Trastornos del Desarrollo (AVA), la presidenta y a la vez, anfitriona del evento, Ana Medina, ha solicitado a EventSO la organización de una cena de gala junto a un sorteo solidario que permita recaudar fondos para la asociación.

³⁰ Definición de la asociación. ASOCIACIÓN PARA VENCER EL AUTISMO Y TRASTORNOS DEL DESARROLLO (AVA): www.autismoava.org

³¹ Portal oficial sobre el autismo y asociaciones catalanas dedicadas a esta causa. AUTISMO EN CATALUNYA: www.autisme.com

³² Portal sobre la investigación del autismo a nivel internacional. AUTISM RESEARCH INSTITUTE: www.autism.com

3.2.2 Objetivos del evento

Los objetivos del evento son principalmente tres. Como se ha comentado anteriormente, definir el o los objetivos de los actos es uno de los puntos principales en su planificación.

El primer objetivo de la cena de gala y del sorteo solidario es el de recaudar fondos que permitan seguir cubriendo parte de los servicios que ofrece AVA, especialmente las terapias más avanzadas para los tratamientos e intervenciones biomédicas de sus usuarios y a la vez conseguir mayor financiamiento para poder crear el centro residencial que acogerá a aquellos que lo necesiten.

El mínimo de recaudación necesario para que el evento sea solvente y cumpla con el objetivo principal se sitúa en **67.000 €** aproximadamente.

El segundo objetivo debe estar presente directa o indirectamente en cualquier evento destinado a recaudar fondos para una entidad social, y es precisamente el hecho de concienciar y sensibilizar a la población sobre la causa en cuestión. En este caso, sobre el trastorno neurobiológico del autismo.

Trata de entender cómo se sienten, ponte en su lugar. Imagina que estás en un país extranjero sin dinero, posesiones ni amigos. No puedes hablar el idioma; la cultura es completamente diferente a tu ambiente normal; estás aislado e indefenso. Dependerías de alguien que te apoye. Piensa en eso cuando te encuentres con alguien que es autista.

Michael Braccia

El tercer objetivo no es inmediato sino que se establece a largo plazo. El evento debe servir también para dar a conocer la entidad y que los asistentes (empresas, instituciones, organizaciones) puedan colaborar en un futuro tanto económicamente como de cualquier otro modo y, por tanto, la base social que se cree sea cada vez más amplia gracias a un número de involucrados que cada vez sea mayor.

3.2.3 Tipo de evento

El evento escogido para esta causa es una cena de gala junto a un sorteo solidario a la que está previsto que asistan personalidades destacadas del sector así como instituciones y empresas colaboradoras que ejercerán de patrocinadoras en el acto. Cada uno de los asistentes abonará 60 € destinados al pago del cubierto. Al final de cena de gala se realizará un sorteo en el que los asistentes participarán con la compra de boletos valorados en 20 €. La recaudación total obtenida mediante la venta de estos boletos estará destinada íntegramente a AVA que junto a las donaciones económicas aportadas por los asistentes que decidan colaborar con la causa, conformarán la recaudación de fondos final³³.

Los premios que se ofrecerán a los ganadores son simbólicos, se trata de tres manualidades realizadas por niños con autismo y dos dibujos hechos también por ellos mismos. En este sentido, la intención es la de conocer de cerca las actividades que realizan en la asociación gracias a la mejora y al avance que consiguen con las terapias y los tratamientos, junto a la ayuda de profesionales. Las cinco piezas irán numeradas, y los 5 asistentes que tengan estos números, serán los ganadores.

3.2.4 Timing (fecha, hora y lugar)

El evento se celebrará el **viernes 26 de mayo de 2017** y dará comienzo a las **19:00 horas de la tarde** con la recepción de los invitados. Se ha escogido esta fecha puesto que tratándose de una época primaveral, parte del evento podrá desarrollarse al aire libre gracias al buen tiempo. El hecho que sea viernes se debe a que al día siguiente da inicio el fin de semana, y gran parte, de los asistentes presentan mayor disponibilidad para asistir. Destacar también, que se ha considerado oportuno celebrar el evento este día puesto que probablemente el sábado algunos de los asistentes no se encuentren en la ciudad.

El lugar escogido para el evento es la **Casa Llotja de Mar**³⁴. Está situada en el frente marítimo en pleno centro histórico de la ciudad condal y fue construida durante la segunda mitad del siglo XIV. Es considerado uno de los monumentos más significativos y resplandecientes de Barcelona y representa la economía y la cultura propia de la ciudad.

³³ Consultar en 3.2.12 Recaudación de fondos (pág.74) para conocer las cifras previstas que se obtendrán.

³⁴ Información sobre el espacio escogido proviene del portal web del recinto. CASA LLOTJA DE MAR:

www.casallotja.com

El edificio dispone de una amplia variedad de salones. En total son seis: salón de Contrataciones, salón de los Leones, salón de los Cónsules, salón del Consulado, salón del Pleno y salón Dorado. Además, cuenta con las Fuentes de Neptuno y con un espacio exterior, el Patio La Escalera de Honor. De este modo, reúne las características idóneas para poder celebrar el evento en cuestión.

Se combinarán dos espacios concretos, que son los que se alquilarán durante el día del evento. En primer lugar, el discurso de bienvenida por parte de la presidenta de AVA y el cóctel se celebrarán en el Patio La Escalera de Honor, en el exterior.

No obstante, teniendo en cuenta posibles imprevistos, en caso que durante la primera parte del evento las condiciones meteorológicas sean desfavorables, se optará por alquilar otro salón o bien instalar unas carpas.

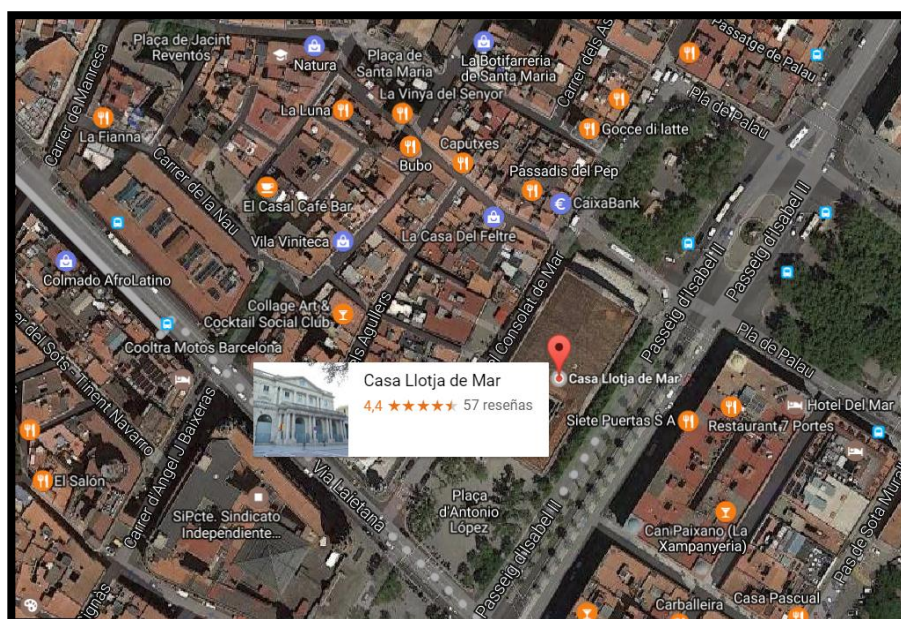
La cena de gala propiamente, el discurso de agradecimiento, el sorteo solidario y el DJ que amenizará el final del acto, tendrán lugar en el Salón de Contrataciones, el más amplio de la Casa Llotja de Mar, que se encuentra en el interior.

La dirección de la Casa Llotja de Mar es el Passeig d' Isabel II, número 1. Se encuentra cerca de la calle Consolat de Mar. Las paradas de metro más cercanas son Jaume I y Barceloneta, ambas de la línea 4 aunque también se puede llegar en autobús o bien en coche particular para aquellos asistentes que prefieran desplazarse con su vehículo. En la parte inferior derecha se adjunta un plano en el que se aprecia la ubicación geográfica exacta.

Figura 21. Mapa de la ubicación de la Casa Llotja de Mar.

Extraído de:

www.googlemaps.com



3.2.5 Promoción y comunicación del evento

La promoción y la comunicación de un evento es imprescindible para darlo a conocer inicialmente, que alcance éxito y para tratar de conseguir los objetivos previstos. Por tanto, debe desarrollarse en cada una de las fases del evento: previa, ejecución y cierre.

Pre evento

En la planificación del evento, el comercial y relaciones públicas de EventSO será el encargado principal de realizar la tarea de **mailing** para enviar un link a las fundaciones y a las empresas mediante el cual los invitados podrán registrarse previamente para asistir al evento. El objetivo principal es el de tantear posibles patrocinadores y autoridades asistentes. En el caso de las administraciones e instituciones más relevantes se hará a través de una **llamada telefónica** ya que se considera que es un trato más personal y cercano.

Por otro lado, con el fin de poder llegar a los medios de comunicación y que el evento genere impacto en el sector, se ha optado por realizar una **rueda de prensa** singular previa que consiga reunir a un número considerado de medios así como a periodistas y profesionales del ámbito para así lograr generar la máxima repercusión posible y generar un fuerte impacto mediático.

Además, a través de la **newsletter** que publica de manera trimestral EventSO, los suscriptores pueden conocer cuándo tiene lugar el evento, dónde se realiza, quién participa, entre otros contenidos. En la misma dirección, la **página web** de la empresa destinará un apartado al evento.

Las **redes sociales** serán el canal de comunicación más rápido, directo y efectivo con el público objetivo del evento. En la página de Facebook y en la cuenta de Twitter de la empresa se informará de los detalles referentes al acto.

Durante el evento

La propia ejecución del evento representa un momento crucial. Durante el desarrollo del acto, el **gabinete de comunicación** contratado por EventSO, junto a los **fotógrafos**, que forman parte del personal del evento, serán los encargados de cubrir el acontecimiento. Los periodistas realizarán entrevistas a los asistentes, elaborarán crónicas y otras piezas periodísticas.

La labor principal de los fotógrafos será cubrir a nivel visual, mediante fotografías y vídeos, todo el evento.

Las páginas creadas en las **redes sociales** se irán actualizando durante el evento por un community manager del gabinete de comunicación.

Uno de los elementos más importantes que estará presente durante el evento será la **cartelería** diseñada para el acto, de esta manera los asistentes podrán conocer los distintos patrocinadores que participan. Los roll up y el photocall permiten crear una imagen concreta que define el evento.

Post evento

Tras la realización del evento se dará a conocer a través de las **redes sociales** la cifra obtenida en la recaudación y se agradecerá a los asistentes así como a los colaboradores y patrocinadores por su asistencia y por su aportación a la causa. La **newsletter** de EventSO también será un canal de comunicación que reflejará estos datos.

Corporativismo

En este apartado se incluye también la imagen corporativa del evento. En la planificación de este tipo de actos, la decoración y el diseño, por tanto, la imagen externa, son elementos imprescindibles que requieren de una atención minuciosa y detallada.

En este evento en concreto, EventSO ha optado por usar un arcoíris de colores en el que se encuentran el azul, el lila, el rojo, el amarillo, el rosa y el verde³⁵. A su vez, todos ellos coinciden con los que conforman el logo de la empresa.

La razón principal de que sean un conjunto llamativo de ellos y no menos u otros más simples se basa precisamente en el sorteo solidario mediante el cual se recauda parte de los fondos. Al tratarse de manualidades y dibujos elaborados por niños con autismo, representa una expresión artística que se materializa en papel y que permite a los pequeños desarrollar ciertas habilidades mediante la pintura y sus distintas tonalidades.

³⁵ Estos colores se pueden apreciar en el roll up creado para el evento que se encuentra en el apartado 3.2.10 Proveedores y recursos: cartelería (pág.68)

El número de asistentes previsto es de **400** personas. Se considera una cifra adecuada por distintas razones. En primer lugar, cabe tener en cuenta que para que la notoriedad del evento sea efectiva y el acto sea considerado de proyección pública requiere de un gran volumen de asistentes.

De este modo, como uno de los objetivos es que el evento genere repercusión en el sector se ha optado por realizarlo a gran escala. Otra de las razones que posibilitan que el acto sea de estas dimensiones es que tanto la organización puede encargarse de la planificación y de la gestión, como el personal contratado para cubrir el evento dispone de los recursos necesarios para atender a un volumen considerado de personas.

Ana Medina es la anfitriona y promotora del evento y representa la referente en la entidad. En la celebración del acto hay un invitado de honor, que es Pablo, un niño de 8 años que sufre autismo. A una edad muy temprana fue diagnosticado y sus padres decidieron acercarse a la asociación. A día de hoy, el progreso, aunque lento, es evidente para el pequeño. Disfruta dibujando y pintando y como muestra de ello, uno de los dibujos que se sortean es suyo. Como se trata de un menor, su padre Manuel, será el encargado de asistir en su nombre a la cena de gala y al sorteo, que permitirá ayudar a casos como el de Pablo y de otros niños y familiares que se encuentran en su misma situación.

El conjunto de asistentes se divide en distintos colectivos: base social de la entidad, administraciones, instituciones, fundaciones y empresas. La distribución de las mesas se ha realizado siguiendo el mismo criterio, es decir, por colectivos. Las distintas mesas del salón tienen forma de margarita, es decir, redonda, y son para 10 personas. Cada uno de los colectivos tendrá asignada una mesa y serán ellos mismos los que se distribuirán en ella como prefieran. En el caso de la presidenta de AVA, del invitado de honor y de las administraciones, que son las autoridades más significativas, sí que dispondrán de un asiento establecido.

Como se ha comentado anteriormente, todos los invitados colaborarán de un modo u otro y 10 de los colectivos, ejercerán de patrocinadores del evento³⁶, hecho que permitirá a la asociación, reducir los costes y alcanzar una mayor recaudación de fondos destinados a los servicios que ofrece la entidad.

A continuación, se muestran en función del colectivo al que pertenecen, los distintos asistentes que está previsto que asistan al evento.³⁷

³⁶ Los acuerdos de patrocinio establecidos se pueden observar en 3.2.1.11 Presupuesto del evento (pág.73)

Base social de la entidad

Presidenta de AVA, representante del invitado de honor e integrantes que forman parte de la entidad: algunos usuarios mayores de edad y familiares, trabajadores, voluntarios y socios.

Administraciones públicas

Representantes del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, de la Generalitat de Catalunya, de la Diputación de Barcelona y del Ayuntamiento de Barcelona.

Instituciones y fundaciones

Representantes de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya, de la Organización Mundial del Autismo, de la Confederación del Autismo en España, de la Federación de Autismo en Catalunya, de la Fundación Congost Autismo, del Clúster de Salud Mental de Catalunya, de la Fundación Privada Cottet-Mor, de la Cruz Roja, Fundación Agrupación, de la Fundación Gas Natural, de la Fundación Obra Social La Caixa, de Catalunya-Caixa, de la Fundación Roviralta, de la Fundación Telefónica, de la Fundación Solidaria Carrefour, del Sek Cataluña. Colegio Internacional y de las Universidades: Internacional de Catalunya y de la Politècnica de Catalunya.

Empresas

Representantes de empresas que colaboran con las entidades que trabajan para ofrecer servicio a niños con autismo y a sus familiares, como es el caso de AVA. A pesar de que estas empresas no tienen ningún tipo de relación con este sector en sí, aportan recursos.

Las empresas son: Bosch, Bunzl, Carles Arbat, Deloitte, Instant, Eix Ambiental, Encuentro Moda, Estabanell Energia, Ifeu, IG BCN SL, Javajan, Jordi Viladoms Cavall Fort, Fil Katia S.A., Maluquer Advocats, MB Papers Especials, Grupo Miquel y Costas, MRW, Pirec, Pirolevante, Quicksilver, Roquette, Sage Logic Control, Sati, Sis Prevenció, Taller Soteras, Torraspapel y Willis.

³⁷ Las administraciones, instituciones, fundaciones y empresas que colaboran con las entidades sociales catalanas relacionadas con el autismo han sido consultadas en: www.autisme.com

Los espacios de la Casa Llotja de Mar³⁸ en los que se va a desarrollar el evento son tres: el hall, el Patio La Escalera de Honor y el Salón de Contrataciones. En cada uno de ellos se realizará una de las fases del evento³⁹.

Hall

La entrada principal y vestíbulo del edificio es donde dará inicio el evento a partir de las 19.00 horas mediante la bienvenida y la recepción de los invitados. Cada uno de los asistentes deberá haber cumplimentado el registro previo a través del link que la organización les habrá enviado o haber confirmado la invitación telefónicamente. De este modo, todos ellos aparecerán en una lista que permitirá corroborar sus datos. Para evitar posibles errores en la identificación o incluso de suplantación de identidad, se pedirá el DNI a todos los asistentes antes de acceder al recinto.

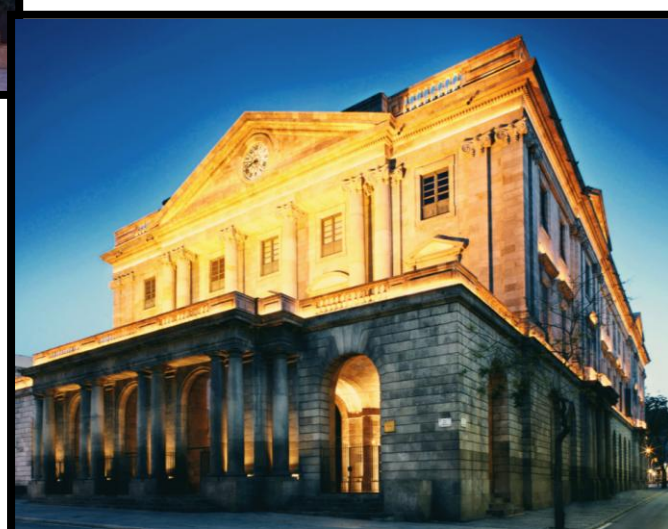


Figura 22. Imágenes de la fachada y vestíbulo de la Casa Llotja de Mar.

Extraído de: www.casallotja.com

³⁸ Información sobre los espacios y los salones de la Casa Llotja de Mar: www.casallotja.com/web/casa-llotja/lloguer

³⁹ Las distintas partes del evento se pueden consultar en el apartado 3.2.1.6 Programa (pág.64)

Patio La Escalera de Honor

Este espacio es un patio exterior y es donde se oficiará el discurso por parte de la presidenta de la asociación, el cóctel y la venta de los boletos del sorteo. En este lugar, se encuentra la figura de Neptuno y representa la vertiente más marítima del edificio. El patio está rodeado de una galería con porticones donde se puede observar la Escalera de Honor, elemento que define el nombre de este espacio.

Como se ha nombrado anteriormente, en caso de que el tiempo no sea favorable el día del evento, se optará por instalar unas carpas que permitan cubrir la parte del patio que se encuentra al aire libre, o bien alquilar otro salón.

Características y plano

La superficie útil es de 649 m² y tiene un aforo máximo de 400 personas. No obstante, pese a que la capacidad total es precisamente el número de asistentes al evento, previamente se ha tenido en cuenta que en este punto del evento no habrá llegado la totalidad de los asistentes.

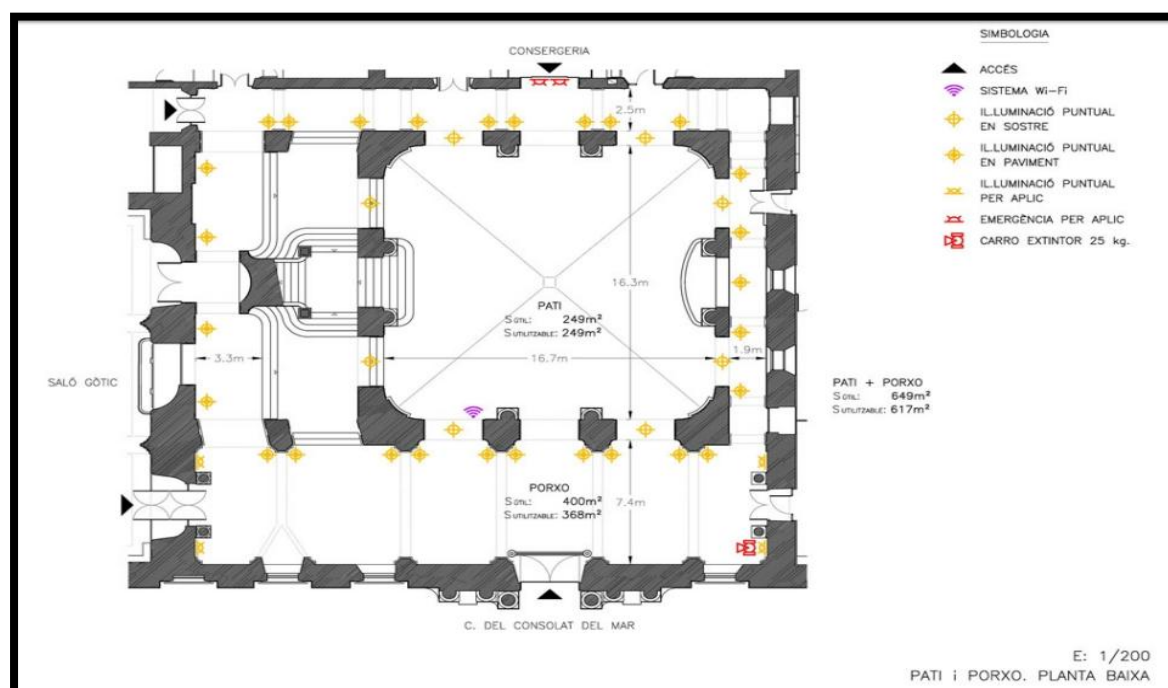


Figura 23. Plano del Patio la Escalera de Honor de la Casa Llotja de Mar extraído de: www.casallotja.com

Imágenes del espacio



Figura 24. Imágenes del Patio la Escalera de Honor de la Casa Llotja de Mar
Extraído de: www.casallotja.com

Salón de Contrataciones

Este espacio es considerado por el propio edificio como la pieza arquitectónica más destacada puesto que se conserva desde la época medieval. Se trata de una gran sala de 14 m de altura, cuatro columnas y seis arcos que sostienen la estructura. En este lugar se celebrará la cena de gala y el sorteo para recaudar fondos. También tendrá lugar el discurso de clausura y agradecimiento y la música por parte del DJ al final del evento.

Este salón representará el espacio emblemático del evento puesto que es donde tendrá lugar gran parte de él. El conjunto de asistentes podrán disfrutar cómodamente en estas instalaciones, de una velada agradable y emotiva.

Características y plano

La superficie útil es de 709 m² y el aforamiento máximo de 710 personas. No obstante, dependiendo el tipo de acto que se realiza, la capacidad total varía en función del espacio necesario. En el caso de la cena de gala, el aforamiento es de 430 personas. Por tanto, puede acoger al conjunto de asistentes.



Figura 25. Plano del Salón de Contrataciones de la Casa Llotja de Mar
Extraído de: www.casallotja.com

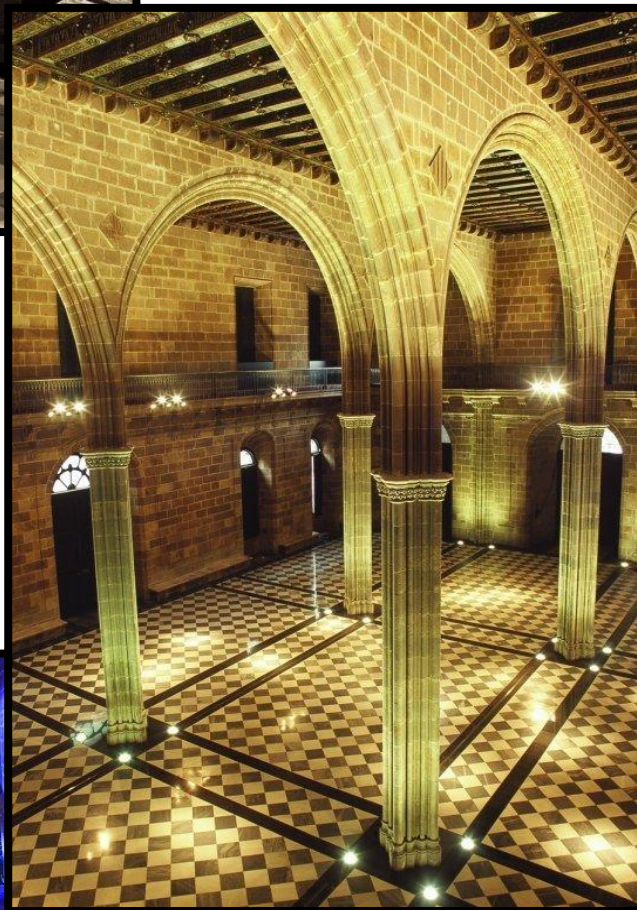


Figura 26. Imágenes del Salón de Contrataciones de la Casa Llotja de Mar
Extraído de: www.casallotja.com

19.00 -20:00 h

Vestíbulo Casa Llotja de Mar

Bienvenida y recepción de invitados

20:15 – 20:30 h

Patio La Escalera de Honor

Discurso de la presidenta de la Asociación para Vencer al Autismo y Trastornos del Desarrollo (AVA), Ana Medina

20:45 – 21.30 h

Patio La Escalera de Honor

Cóctel y aperitivo

Venta de boletos para el sorteo

21:45 – 22:30 h

Salón de Contrataciones

Distribución de invitados en las mesas

22:30 – 00:30 h

Salón de Contrataciones

Cena de gala

00:45 – 02:00 h

Salón de Contrataciones

Sorteo de recaudación de fondos

Discurso final de clausura y agradecimiento por parte de la presidenta y del invitado de honor

02:00 – 03:00 h

Salón de Contrataciones

Música - DJ

HORARIO	ESPACIO	PERSONAL A CARGO	FUNCIONES
17:00 – 19:00 h	Casa de la Llotja de Mar	Personal EventSO Gabinete de comunicación Azafatos/as (2) Presentador Camareros/as Equipo técnico y sonido DJ Fotógrafos Mantenimiento (montaje y desmontaje)	Supervisión de cada uno de los espacios y de los recursos necesarios Pruebas a modo de ensayo
19:00-20.00 h	Vestíbulo Casa de la Llotja de Mar	Personal EventSO Azafato y azafata	Recepción de invitados Control de listas
20:15-20:30 h 20:00-20:45 h	Patio La Escalera de Honor	Discurso presidenta AVA Camareros (10) Personal de EventSO	Colocación del cóctel en las mesas Supervisión
20:45-21:30 h	Patio La Escalera de Honor	Azafatos/as	Venta de boletos para el sorteo entre los invitados
21:45-22:30 h	Salón de Contrataciones	Personal EventSO Azafatos/as	Distribución y acomodación de los invitados en las mesas
22:30-00:30 h	Salón de Contrataciones	Camareros	Servir el catering a los invitados
23:00-00:30 h	Salón de Contrataciones	Equipo técnico y sonido DJ	Preparación de micrófonos y elementos sonoros para el sorteo y el discurso de clausura

00:45-01:45 h	Salón de Contrataciones	Presentador	Amenizar el sorteo
01:45- 02:00 h	Salón de Contrataciones	Presidenta de AVA e invitado de honor	Realizar el discurso de clausura y de agradecimiento a los asistentes al evento
02:00-03.00 h	Salón de Contrataciones	Equipo técnico y sonido DJ	Disposición de los recursos necesarios para la música
03:00 – 05:00 h	Patio La Escalera de Honor Salón de Contrataciones	Mantenimiento (montaje y desmontaje) y de limpieza	Realizar el desmontaje y recogida de ambos espacios y dar el evento por finalizado
Durante todo el evento	Vestíbulo Casa de La Llotja de Mar Patio La Escalera de Honor Salón de Contrataciones	Personal EventSO Gabinete de comunicación Azafatos/as Fotógrafos	Organización y gestión Labores de comunicación (entrevistas a los invitados, cubrir el evento...) Apoyo a la organización Realización de fotografías y vídeos

3.2.10 Proveedores y recursos

En este apartado se hace referencia tanto a los proveedores como a los recursos y a los materiales necesarios para el desarrollo del evento. Como se trata de una cena de gala que se celebra en la Casa Llotja de Mar, no será necesario alquilar mobiliario ya que el recinto ya dispone tanto de mesas centrales como de mesas de apoyo, barras, sillas, biombos, altares, etc. Ni tampoco elementos que serían recurrentes en otro tipo de eventos así como stands, entre otros.

A continuación, se hace referencia a los distintos proveedores con los que se contará y los recursos que proveerá cada uno de ellos.

Diseño y decoración

En este evento, los elementos de decoración encargados son detalles florales que decoran los cubiertos de los invitados y centros de mesa que siguen la misma línea, es decir, con motivos florales. De esta manera, se pretende dar un toque diferente y más personalizado a las mesas en las que tendrá lugar la cena. En cada una de ellas estará presente el número de mesa que corresponda y el nombre y logo de la institución, empresa u organización que vaya a ocupar la mesa en cuestión. La empresa encargada de proporcionar estos elementos es la Tarara, un taller creativo para diseños y decoraciones de eventos que se encuentra en Barcelona.



Figura 27. Imágenes de decoración de las mesas.

Extraído de: www.la-tarara.com



Cartelería

En cuanto a la cartelería indispensable para el evento cabe señalar los dos roll up en los que aparece el tipo de acto, el nombre de la entidad a la que se destina la recaudación de fondos obtenida en el evento, los logos de las empresas e instituciones patrocinadoras y los datos informativos del timing (fecha, hora y lugar). Uno de los carteles estará colocado en el vestíbulo del recinto y el otro en el Salón de Contrataciones, el principal, donde se celebrará la cena.

El mismo patrón está diseñado en formato photocall para que los asistentes que así lo deseen puedan fotografiarse. El photocall estará situado en el interior del Salón de Contrataciones.



Figura 28. Diseño y maquetación propia de los roll up y del photocall.

Los boletos del sorteo de recaudación de fondos son otros de los elementos que requieren de este servicio, en ellos aparecen los datos fundamentales del evento, es decir, los mismos que aparecen tanto en los roll up como en el photocall y además se incluye el precio, que como se ha comentado anteriormente es de 20 € y el número de sorteo de cada uno de ellos. Cinco de los cuales corresponden a los dibujos y las manualidades creadas por los niños con autismo de AVA.

Finalmente, haciendo referencia al apartado de diseño y decoración, las tarjetas de mesa con los nombres de las distintas instituciones, empresas y organizaciones junto a los números de mesas que marcan la distribución de los asistentes también están diseñadas por EventSO. Tal como se puede observar en la de muestra, los colores usados: marrón grisáceo, blanco y granate son los mismos que los de los elementos decorativos de las mesas.

La empresa proveedora de todos estos recursos de cartelería es Zonaplotter. Es especialista en la impresión en gran formato en el montaje de displays promocionales y publicitarios. Cuenta con cerca de 25 años de experiencia y se encuentra en Barcelona aunque gran parte del trabajo se desarrolla de forma online.



Figura 29. Diseño propio de un modelo de tarjeta de mesa.

Catering

La empresa contratada para cubrir los servicios necesarios en cuanto al catering del evento es Casanovas Catering Traiteur, se encuentra en la ciudad condal y tiene cerca de 100 años de experiencia.

Los servicios de catering necesarios para el evento son dos. En primer lugar, se ha optado por servir un cóctel en el Patio de la Escalera de Honor mientras tiene lugar el discurso por parte de la presidenta.

En este momento, se realizará también, la venta de los boletos para el sorteo posterior. Se considera un buen momento para que los asistentes entren en contacto, empiecen a entablar conversaciones y puedan brindar, además de ir abriendo apetito para la cena posterior.



Cóctel

Crujientes de Verduras

Macadamias con Rocas de

Parma

Surtido de pastas saladas y

canapés variados

Cava Casanovas Brut Nature,

Agua Mineral, cervezas y

refrescos

15 € por persona

En segundo lugar, una vez celebrada la parte inaugural del evento se desarrollará la cena de gala para la que se ha optado por un menú en el que se incluyen dos primeros platos para escoger, un segundo plato, el postre y las bebidas.

Menú

Primero

Ensalada de langostinos gigantes, ensalada de espárragos y sopa de espárragos en vasito

o

Carpaccio de ternera, queso mahonés rallado y berro

Segundo

Filete de cerdo de pata negra aromatizado en salsa de vino tinto con verduras a la plancha y patatas al romero

Postre

Tricolor de chocolate y especias

Bebidas

45 € por persona



Casanovas Catering Traiteur se encargará de proporcionar el servicio de camareros que requiere un evento de tales dimensiones. En este caso, serán necesarios 20 camareros. Cada uno de ellos servirá a un total de 20 comensales. Como el espacio en el que se celebra no es un restaurante, el catering vendrá preparado y no será necesario contratar a cocineros.

Personal

PERSONAL	EMPRESA	NÚMERO DE PERSONAS	TAREAS
Organización	EventSO	4	Organización y gestión de todo el evento
Gabinete de comunicación (Contratado por EventSO)	EOLO comunicación	3	Cubrir a nivel informativo el evento (crónicas, entrevistas, redes sociales...)
Azafatos/as	Eventum Hostess	4	Recepción de los invitados, acompañamiento y atención
Fotógrafos	David Levin	2	Cubrir a nivel visual el evento (fotografías, vídeos, photocall...)
Presentador	Eventum Hostess	1	Presentar el sorteo benéfico y dar paso al discurso de clausura
Equipo técnico y sonido DJ	Ilsolec	3	Controlar luces, sonido, música del evento y solucionar imprevistos
Mantenimiento (montaje y desmontaje)	Penny Wise	6	Montar y estructurar el espacio al inicio y recoger al final
Limpieza	Bunzl	6	Recoger, ordenar y limpiar
Seguridad	Civittas	4	Vigilancia y control especialmente en la entrada al evento
Asistencia médica	Cruz Roja	3	Atender y socorrer ante posibles incidentes

3.2.11 Presupuesto del evento

PROVEEDOR	EMPRESA	DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PRECIO TOTAL (incluye IVA)	PATROCINADO ¹
ESPACIO	Casa Llotja de Mar	Patio de la Escalera de Honor	1	1.950,00 €	Generalitat de Catalunya
		Salón de Contrataciones (incluye mobiliario)	1	2.550,00 €	
DISEÑO Y DECORACIÓN	La Tarana	Detalle servilletas individuales	400	1.000,00 €	Obra Social Fundación La Caixa
		Centros de mesa	40	600,00 €	
CARTELERÍA	Zonaplotter	Roll up (entrada e interior)	2	155,00 €	Clúster Salut Mental Catalunya
		Photocall	1	300,00 €	Gas Natural Fenosa
		Etiquetas mesa (nombre empresa y número distribución)	40	32,00 €	Deloitte
		Boletos sorteo	550	275,00 €	
CATERING	Casanovas Catering Traiteur	Cóctel	400	6.000,00 €	Invitados
		Menú	400	18.000,00 €	
		Servicio camareros	20	2.500,00 €	Ajuntament de Barcelona
PERSONAL	Eventum Hostess	Azafatos/as	4	320,00 €	Telefónica Fundación
	David Levin	Fotógrafos	2	300,00 €	
	Eventum Hostess	Presentador	1	125,00 €	
	Ilisotec	Equipo técnico y sonido DJ	3	345,00 €	Fundació Privada Cottet-Mor

¹ Los distintos patrocinadores, además de cubrir los gastos que supone el evento, aportarán donaciones económicas junto a otros de los asistentes. Tal como se puede consultar en el apartado 3.2.1.12 Recaudación de fondos prevista.

	Penny Wise	Mantenimiento (montaje y desmontaje)	6	420,00 €	
	Bunzl	Limpieza	6	420,00 €	Bunzl
	Civittas	Seguridad	4	400,00 €	
	Cruz Roja	Asistencia médica	3	200,00 €	Cruz Roja
GASTOS	TOTAL GASTOS			35.892,00 €	
	HONORARIOS EventSO ²			4.307,00 €	
	TOTAL EVENTO PARA AVA			40.199,00 €	

² Los honorarios que recibe la empresa, EventSO, representan el 12% del gasto total que supone el evento.

3.2.12 Recaudación de fondos prevista

El objetivo principal del evento es la recaudación de fondos para poder cubrir los servicios que ofrece AVA a sus usuarios. La celebración de la cena de gala y del sorteo solidario supondrá una cifra total estimada de **71.000 €**. En este sentido, cumplirá con las previsiones marcadas antes del evento. Esta cantidad provendrá de dos fuentes principales:

1. Aportación económica por parte de las instituciones, empresas y organizaciones a nivel de colectivo. Entre todas ellas, se ha establecido una media que probablemente representará un total de **60.000 €**.
2. Compra de 550 boletos valorados en 20€ del sorteo solidario. El conjunto de los 400 asistentes mediante su participación posibilitarán una recaudación íntegra de **11.000 €**.

Además, una vez presentado el presupuesto final del evento a AVA, se puede observar que la totalidad de los gastos queda cubierta por las diez instituciones, empresas y organizaciones que han decidido participar como patrocinadoras/sponsors⁴⁰. En este sentido, pese a no formar parte propiamente de la recaudación de fondos, el hecho de que el evento no represente ningún gasto extra para la entidad es altamente considerable.

⁴⁰ Los acuerdos de patrocinio establecidos se pueden observar en 3.2.1.11 Presupuesto del evento (pág.73)

3.2.13 Valoración final

Una vez finalizado el evento es importante hacer una valoración final. Esta debe ser tanto interna como externa ya que para cualquier empresa, la opinión de sus clientes debe ser una de sus prioridades.

Internamente, EventSO, debe hacer una autovaloración para analizar los resultados obtenidos. En primer lugar, comprobar si se ha cumplido con los objetivos esperados previamente ya que se trata de la misión fundamental por la que se ha llevado a cabo el acto. Es decir, si ha sido posible alcanzar una cifra llamativa en concepto de recaudación de fondos.

A continuación, analizar también, si se ha cumplido con la planificación y la organización previa, así como la relación y los servicios realizados por los distintos proveedores que han intervenido de un modo u otro en el evento, y lo han hecho posible a nivel tanto logístico como práctico.

Por otro lado, a nivel externo, evaluar el grado de satisfacción por parte del cliente, en este caso, de la entidad AVA es muy relevante. Por este motivo, al día siguiente del evento, EventSO contactará con ellos telefónicamente para que puedan valorar los servicios ofrecidos por la empresa y expresen los comentarios u observaciones que consideren oportunas.

Este mismo proceso se seguirá con las diez instituciones, empresas y organizaciones que han ejercido de patrocinadoras y sponsors del evento, ya que su participación y colaboración es imprescindible. Son las que han permitido realizar el acto y cubrir gastos de distinta índole mediante sus aportaciones.

El objetivo para este último grupo es doble: a corto plazo, conocer su opinión, y a largo plazo, fidelizar, es decir, establecer un contacto cercano que permita poder contar con algunos de ellos en eventos y actos futuros y ampliar así, la base de datos de EventSO.

3.3 Cantidad y costes de los factores de producción

LOCALIZACIÓN	
SITUACIÓN Y PROXIMIDAD	El local se encuentra en la calle Font de Canyelles situada en el barrio Verdum del distrito de Nou Barris (Barcelona) a pocos metros de Vía Julia y cerca de la parada de metro de Canyelles.
DISTRIBUCIÓN⁴¹	El espacio está compuesto por 62 m ² construidos, de los cuales 58 m ² son útiles. Se trata de una sola planta de segunda mano y en buen estado con una fachada de 10 metros y dos escaparates amplios que permiten ver la totalidad del exterior. La distribución es diáfana y dispone de una pequeña sala de 12 m ² donde tendrán lugar las reuniones o encuentros y un aseo. El equipamiento incluye aire acondicionado y calefacción.
PRECIO Y FORMA DE PAGO	El precio es de 575€/mes y 1150€ iniciales en concepto de fianza (durante 2 meses). El pago se realiza mediante transferencia bancaria al propietario del local.

INVERSIONES DE CAPITAL FIJO Y COSTES INICIALES		
CONCEPTO	IMPORTE (€/U)	TOTAL (€)
Equipamiento Hardware	1.131,95	3.721,90
4 Ordenadores de mesa		
HP	420,00	1.680,00
2 Impresoras		
HP Diskjet multifunción	120,00	240,00
5 Ordenadores portátiles		
Acer TravelMatter	210,00	840,00
2 Teléfonos inalámbricos		
Alcatel	30,00	60,00
4 Teléfonos móviles Samsung	99,00	396,00

⁴¹ Información del local: www.idealista.com/inmueble/36055578/

2 Grabadoras de voz		
Sony ICDBX132	26,95	53,90
2 Cámaras		
Reflex – Canon EOS 100D	226,00	452,00
Programas informáticos (Software)	1.169,98	1.169,98
Pack Microsoft Office Profesional 2016	370,00	370,00
Creative Cloud de Adobe Abono		
Completo	599, 98	599, 98
Programas y plantillas sobre eventos	200,00	200,00
Mobiliario	827,20	1.581,60
2 Mesas escritorio IKEA	154,20	462,60
1 Mesa para sala de reuniones IKEA	300,00	300,00
8 Sillas con ruedas IKEA	35,00	280,00
3 Sillas fijas entrada IKEA	23,00	69,00
2 Estanterías grandes IKEA	75,00	150,00
1 Armario para material IKEA	160,00	160,00
2 Muebles archivadores IKEA	80,00	160,00
Electrodomésticos	303,00	303,00
1 Microondas Whirlpool	90,00	90,00
1 Nevera pequeña Bosch	110,00	110,00
1 Cafetera Nescafé	55,00	55,00
Menaje	48,00	48,00
TOTAL	3.432,13	6.776,48

COSTES DE CAPITAL FIJO			
CONCEPTO	VALOR	AMORTIZACIÓN (% /AÑO)	AMORTIZACIÓN ANUAL
Equipamiento Hardware	3.721,90	25% (4 años)	930,47
Programas informáticos			
(Software)	969,98	25% (4 años)	242,49
Mobiliario	1.581,60	10% (10 años)	158,16
Electrodomésticos	303,00	10% (10 años)	30,30
TOTAL			1.361,42

COSTES DE APROVISIONAMIENTO	
CONCEPTO	IMPORTE MENSUAL (€/mes)
2 Cajas de 5 Paquetes x 500 hojas Papel DIN A4 APLI	35,00
Material oficina	15,00
3 Cartuchos tinta impresora	75,00
3 paquetes de Cápsulas de café	15,00
TOTAL	140,00

OTROS COSTES DE PRODUCCIÓN	
CONCEPTO	IMPORTE MENSUAL (€/mes)
Comunicaciones	168,00
Pack Vodafone One para profesionales que incluye:	
• Fibra ONO 50 Mb	168,00
• Fijo con llamadas ilimitadas	
• Móvil con 10 GB y llamadas ilimitadas + Roaming	
Suministros	118,00
Electricidad ENDESA	75,00
Agua Sociedad General de Aguas de Barcelona S.A.	43,00
Transporte y dietas	120,00
Desplazamientos (gasolina o transporte público)	80,00
Dietas puntuales	40,00
Servicios externos⁴²	150,00
Imprenta	50,00
Limpieza local	100,00
TOTAL	556,00

⁴² En este coste compuesto por los servicios externos podrían incluirse los costes del diseñador gráfico freelance y del gabinete de comunicación externo, puesto que no forman parte de la empresa y se contratan de forma puntual. No obstante, como son la base de la comunicación anual de la empresa, se ha optado por contabilizarlos en el apartado de costes de comercialización (pág.79)

COSTES DE PERSONAL			
TRABAJADOR	PERFIL Y TAREAS ⁴³	HORARIO ⁴⁴	SUELDO + 30% SS (€) ⁴⁵
Directora	Responsable y con capacidad de organización y gestión de la empresa. Determina las acciones que se realizan y representa la figura pública.	L-V 9:00-14:00 16:00-19:00	1.900 + 570 = 2.470,00
Organizadora de eventos	Persona organizada y resolutiva, creativa e innovadora. Acostumbrada a trabajar bajo presión, en equipo y con tiempos establecidos y limitados.	L-V 9:00-14:00 16:00-19:00	1.500 + 450 = 1.950,00
Comercial y marketing	Se encarga de atender y contactar con las entidades que requieran de los servicios de la empresa y de la búsqueda de patrocinadores. Así como funciones de community manager y marketing.	L-V 9:00-14:00 16:00-19:00	1.100 + 330 = 1.430,00
Administrador y contable	Se encarga del control y supervisión de la contabilidad, del pago de nóminas y a los proveedores y de realizar impuestos. Formación en administración y finanzas.	L-V 9:00-14:00 16:00-19:00	900 + 270 = 1.170,00

COSTES DE COMERCIALIZACIÓN	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	IMPORTE ANUAL (€/AÑO)
Campaña de lanzamiento	1.200,00
Comunicación <u>anual</u> de mantenimiento	
Mantenimiento página web	8 € mes → 96,00
Diseñador gráfico de la Newsletter (freelance)	90 € trim → 360,00
Gabinete de comunicación	500 € evento (11) → 5.500,00
TOTAL	7.156,00

⁴³ Las tareas desarrolladas por cada trabajador aparecen detalladas en el apartado 4.1 Relaciones de jerarquía y coordinación dentro de la empresa (pág.80)

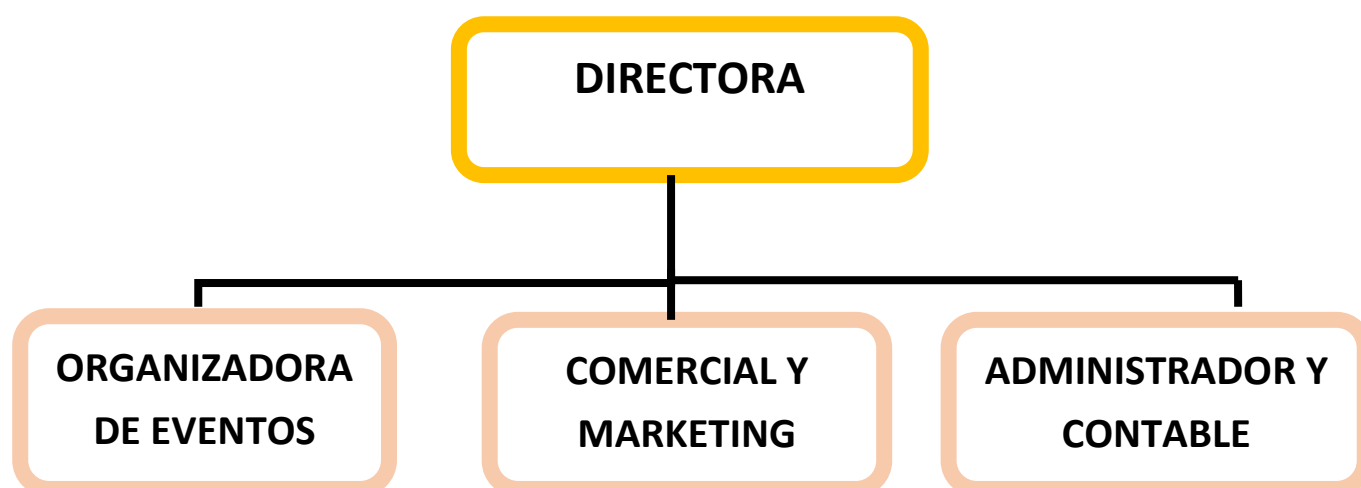
⁴⁴ Los horarios que cumplirán los trabajadores serán estos. No obstante, los días en los que se realicen los eventos se incrementarán las horas puesto que se debe cumplir con los servicios. En ocasiones, serán fines de semana, festividades o noches. En algunos de estos casos, que serán puntuales, se pagará a cada uno de los trabajadores entre 40 y 80 € mensuales en concepto de dietas. Los eventos realizados en horario laboral no se gratificarán aparte.

⁴⁵ El sueldo se ha calculado teniendo en cuenta que las pagas ya están prorrateadas.

COSTES DE ADMINISTRACIÓN		
SERVICIO	EMPRESA	IMPORTE MENSUAL (€/MES)
Gestoría (contabilización, nóminas y presentación de impuestos)	ATECON	190,00
Seguros	GROUPAMA	90,00
Mutua (riesgos laborales, protección de datos)	ASEPEYO	70,00
TOTAL		350,00

4. ORGANIGRAMA. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

4.1 Relaciones de jerarquía y coordinación dentro de la empresa



EventSO es una pequeña empresa y se estructura siguiendo un modelo de organización lineal-jerárquico formado por la directora y tres departamentos. Tanto la directora como los distintos trabajadores deben estar intercomunicados y, en la mayoría de casos, no pueden trabajar de forma independiente.

Directora: persona responsable del conjunto de la empresa y la que determina las acciones que desarrollan los trabajadores del resto de departamentos. Además, ejerce de figura pública puesto que es quién mantiene relaciones con las autoridades y personalidades públicas.

Organizadora de eventos: es la figura más importante en una empresa de organización de eventos. Es la persona encargada de planificar, organizar y gestionar todos los recursos necesarios (lugar, invitados, decoración y diseño, actividades, catering, personal...) basándose un presupuesto.

Además, tiene la función de garantizar el correcto desarrollo de todos los elementos para lograr el éxito del evento.

Comercial y marketing: persona encargada de diversas funciones. En primer lugar, del contacto con las entidades que requieran de los servicios de EventSO, de negociar con proveedores y de la búsqueda de patrocinadores y colaboradores. Además, también cubre funciones de community manager y de marketing, relacionadas con la actualización diaria o semanal de las redes sociales de la empresa y de la página web.

Administrador y contable: gestiona diariamente los hechos contables de la empresa, las nóminas y contratos de los trabajadores, los pagos a proveedores, las cuentas bancarias y elabora presupuestos junto a la directora.

Estos cuatro trabajadores son forman parte de la plantilla fija y de forma puntual, como se ha podido observar durante el desarrollo de todo el proyecto, se requiere de los servicios externos de un diseñador gráfico (trimestralmente) para la realización de la newsletter de la empresa en la que se muestran los distintos eventos que han tenido lugar y los que están previstos, noticias del Tercer Sector Social, entre otros aspectos. Además, durante los eventos que así lo requieran, se contrata a un gabinete de comunicación que se encargará de las labores propias de comunicación y de difusión.

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Plan de inversiones iniciales y presupuesto de capital

EventSO es una Sociedad Limitada (S.L) que cuenta con dos socios: el administrador y un socio inversor. El capital social correspondiente a la empresa es de 3.000 € y para su financiación se ha pedido un préstamo a la entidad bancaria de La Caixa de 15.000 € que deberá devolverse en 5 años con cuotas mensuales de 289,65€ y un TAE de un 6,11%.

Los gastos iniciales de la empresa están compuestos por la campaña de lanzamiento, la puesta en marcha de la sociedad y los diferentes elementos de inmovilizado que se detallan a continuación.

FINANCIAMIENTO		INVERSIÓN	
CONCEPTO	IMPORTE (€)	CONCEPTO	IMPORTE (€)
Capital social	3.000,00	Gastos	
Préstamo entidad bancaria	15.000,00	Campaña de lanzamiento	1.200,00
		Gastos de puesta en funcionamiento	1.500,00
		Inmovilizado Inmaterial	
		Software y programas informáticos	1.169,98
		Inmovilizado material	
		Mobiliario	1.581,60
		Equipamiento Hardware	3.721,90
		Otros	303,00
		Saldo Inicial de Tesorería	8.523,52
TOTAL RECURSOS	18.000,00	TOTAL INVERSIONES + SALDO INICIAL de tesorería	18.000,00

5.1.2 Presupuesto de explotación

Los **ingresos** de explotación obtenidos durante el primer año natural de funcionamiento de la empresa representan un total de **65.463,00 €** y provienen exclusivamente de los 11 eventos y actos que se organizarán ya que no se cuenta con ningún tipo de subvención ni con contratos publicitarios. En EventSO, como en la gran parte de las empresas, el factor de estacionalidad condiciona en gran medida el volumen de trabajo. Los meses en los que tendrán lugar serán en enero (2), en mayo (2), en junio (2), en noviembre (2) y especialmente en diciembre (3), puesto que es el mes en el que la población se muestra más solidaria y resulta un buen momento para poder llevar a cabo acciones que permitan recaudar fondos para las entidades. No obstante, pese a que priori el resto de meses no se realizarán eventos, servirán para poder trabajar en la gestión de los futuros, ya que se espera que durante el segundo ejercicio económico el número de actos que se desarrollen haya aumentado, permitiendo así, recibir un mayor número de ingresos. Inicialmente, la premisa fundamental es el de administrar los beneficios concentrados en estos meses, es decir, el conjunto de los recursos económicos que serán necesarios para poder cubrir todos los gastos mensuales.

En este punto cabe tener presente que debido al tipo de público para el que trabaja EventSO, el beneficio obtenido no es elevado puesto que la filosofía de la empresa reconoce las dificultades económicas con las que se encuentran generalmente las entidades sociales, se suma a la causa en cierta medida y recibe, como se ha comentado anteriormente, tan solo entre un 10 y un 12% de beneficio de cada evento respecto al coste total de cada uno de ellos. Como se puede comprobar, se trata de una cifra considerablemente inferior en comparación a otros sectores.

En cuanto a los **gastos**, que suman un total de **110.313,42 €** están compuestos principalmente por los gastos de personal y seguridad social de los cuatro trabajadores, además del alquiler, de las comunicaciones, de los suministros, de los aprovisionamientos, de las dietas, de los costes de administración y de los gastos financieros que supone el préstamo. Los servicios externos mensuales no son elevados puesto que EventSO requiere únicamente de imprenta y del servicio de limpieza. Para cubrir necesidades de comunicación, durante los eventos, es decir, de forma puntual, se contrata a un gabinete de comunicación por el que se ha establecido un coste medio de 500€ por evento.

Además, el diseño y la composición de la newsletter será elaborada por un diseñador gráfico freelance que supondrá un coste de 90 € trimestralmente.

Finalmente, como se puede observar en la tabla siguiente, el resultado ordinario de explotación de la empresa presenta pérdidas considerables debido a que durante el primer ejercicio económico los gastos serán altamente superiores a los ingresos. Añadido a ello, EventSO no cuenta todavía con una fuerte presencia en el mercado ni con reconocimiento suficiente.

De este modo, en vistas al segundo ejercicio económico, deberá ampliar el número de eventos o intentar desarrollar ciertos actos a pequeña escala que permitan ir generando beneficios de manera constante a lo largo del año. Además, una vez haya alcanzado cierto prestigio en el mundo del Tercer Sector Social de Catalunya, podrá solicitar algún tipo de ayuda o bonificación por los servicios prestados.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS													
Ventas de servicio	7.280,00	0,00	0,00	0,00	10.307,00	11.430,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14.126,00	22.320,00	65.463,00
TOTAL	7.280,00	0,00	0,00	0,00	10.307,00	11.430,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14.126,00	22.320,00	65.463,00
GASTOS													
Aprovisionamientos	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00
Sueldos y Seguridad social	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	84.240,00
Alquiler	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	575,00	6.900,00
Dietas y transportes	120,00	0,00	0,00	0,00	120,00	120,00	0,00	0,00	0,00	0,00	240,00	240,00	840,00
Suministros	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	118,00	1.416,00
Comunicaciones	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	2.016,00
Servicios Externos	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.361,42	1.361,42
Comunicación (Newsletter y Gabinete de Comunicación)	1.000,00	0,00	90,00	0,00	1.000,00	1.090,00	0,00	0,00	90,00	0,00	1.000,00	1.590,00	5.860,00
Costes de administración	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
TOTAL	9.641,00	8.521,00	8.611,00	8.521,00	9.641,00	9.731,00	8.521,00	8.521,00	8.611,00	8.521,00	9.761,00	11.712,42	110.313,42
Resultado de explotación	2.361,00	8.521,00	8.611,00	8.521,00	666,00	1.699,00	8.521,00	8.521,00	8.611,00	8.521,00	4.365,00	10.577,58	44.850,42
(-) Gastos financieros	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65	475,80
R.O. EXPLOTACIÓN	2.400,65	8.560,65	8.650,65	8.560,65	626,35	1.659,35	8.560,65	8.560,65	8.650,65	8.560,65	4.325,35	10.537,93	45.326,22

6. ESTRUCTURA JURÍDICA-ECONÓMICA DE LA EMPRESA Y TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN

EventSO es el nombre comercial de la empresa. Está constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) denominada más comúnmente como Sociedad Limitada (S.L).

Características

Nombre o denominación social: el nombre no debe estar registrado en el Registro Mercantil y deberá ir seguido de la expresión Sociedad Limitada o S.L.

El nombre de la empresa es EventSO S.L y no está registrado por ninguna otra empresa en el Registro Mercantil.

Domicilio social: representa el lugar donde la empresa se encuentra ubicada.

La empresa se encuentra calle Font de Canyelles situada en el Barrio Verdum del distrito de Nou Barris (Barcelona).

Objeto social: actividades a las que se dedica la empresa en referencia al sector en el que desarrolla sus productos o servicios.

EventSO realiza la organización y gestión de eventos y actos solidarios destinados a la recaudación de fondos para entidades sociales.

Número de socios y clase de socios: mínimo uno y no existe máximo. En el caso de ser uno solo es necesario crear una sociedad limitada unipersonal. Pueden ser tanto personas físicas como jurídicas. Los socios pueden ser o bien trabajadores o/y capitalistas.

El número de socios que la conforman es de dos: el administrador y un segundo socio inversor. En el caso del administrador, además de ser el socio capitalista principal es trabajador, concretamente la directora de la empresa.

Responsabilidad de los socios: solidaria entre ellos y limitada al capital que aporta cada uno de ellos. Por este motivo, los socios no deben responder a las deudas mediante su patrimonio personal.

Capital social y división: el mínimo legal se sitúa en 3.000€ pero no existe un límite máximo. Puede estar formado tanto por aportaciones monetarias o en especie, es decir, a través de bienes que no sean dinero.

El capital social aportado es de 3.000 €, las acciones están valoradas en 1€ y distribuidas de la número 1 a la 2.900 al administrador y de la 2.901 a la 3.000 al socio inversor.

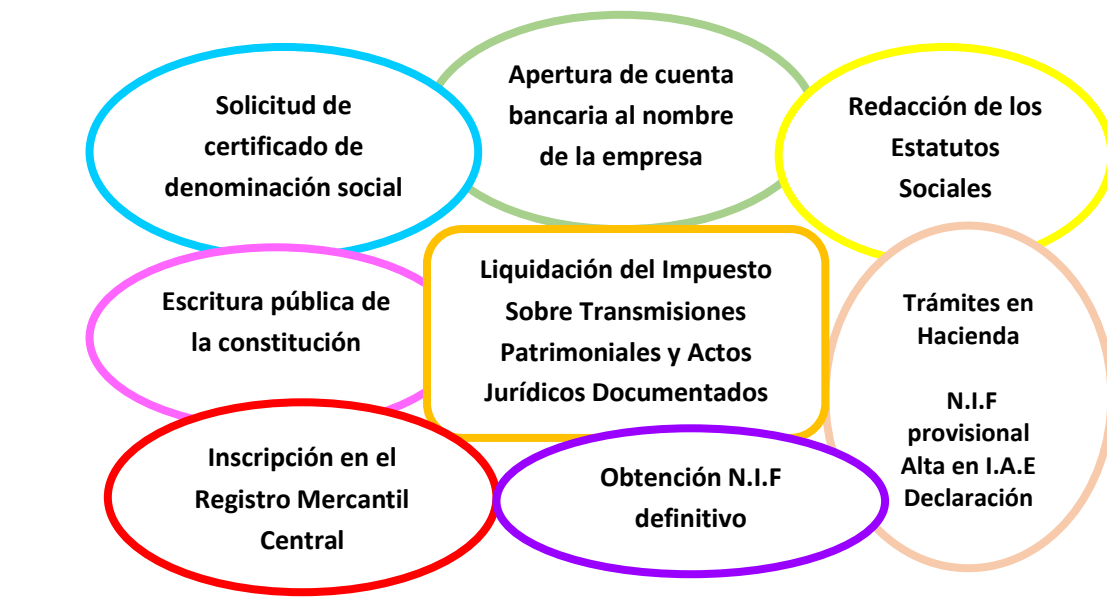
Constitución: se realiza mediante los estatutos y la escritura pública que deben ser firmados ante notario para ser posteriormente presentarlos en el Registro Mercantil. Los trámites necesarios para ello se detallan en el organigrama que aparece a continuación.

Obligaciones fiscales: este tipo de sociedad está obligada a tributar por el Impuesto de Sociedades y el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

Legislación que afecta a este tipo de sociedades

Las sociedades limitadas están reguladas por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio⁴⁶, a través del cual se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, que sustituye a la antigua Ley 2/1995, de 23 de marzo de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Trámites de constitución⁴⁷



⁴⁶ Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital BOE núm. 161 (2010). [En línea] Disponible en: www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544

⁴⁷ Organigrama de elaboración propia con los pasos y los trámites necesarios para constituir una Sociedad Limitada. Información de: www.infoautonomos.eleconomista.es y del Centro de Información y Red de Creación de empresas: www.portal.circe.es

CONCLUSIONES

La creación de EventSO ha supuesto una gran experiencia a nivel personal puesto que he tenido la oportunidad de combinar dos de los ámbitos que más me gustan, el Tercer Sector Social y el mundo de la organización de eventos. Desde un inicio tuve que claro que quería que ambos estuviesen presentes de un modo u otro en mi Trabajo de Final de Grado de Periodismo, y así ha sido.

A nivel académico, ha resultado ser un trabajo muy enriquecedor ya que podido crear el proyecto de mi propia empresa lo más real posible. He aprendido y he conocido de cerca el funcionamiento de los eventos y de los elementos que deben estar presentes en todos ellos. En el transcurso de la creación, me he encontrado con obstáculos, especialmente económicos, aunque debo ser consciente de que los inicios en las empresas no suelen ser fáciles ni exitosos. Requieren de esfuerzo, dedicación, tiempo e ilusión.

Añadido a ello, otra de las dificultades con las que podría encontrarme en un futuro si EventSO estuviese en el mercado serían los patrocinios y las colaboraciones, ya que no siempre es posible contar con sus aportaciones y resultan imprescindibles para los actos benéficos.

Tras algo más de cuatro años desde que entre con miedo e incertidumbre a la gran aula magna, que pise por primera vez los platós de televisión y radio, o que grabé la primera pieza periodística, me despido de la experiencia universitaria con este proyecto que espero que en un futuro no muy lejano sea el comienzo de una nueva aventura.

AGRADECIMIENTOS

A todas las **personas** que han hecho posible la creación de EventSO con sus aportaciones tanto teóricas como prácticas y con un valor más importante todavía, con su tiempo.

A **Marta Sabater**, tutora de mi Trabajo de Final de Grado por confiar en el proyecto, por su seguimiento y por sus consejos.

A mis **padres**, por su apoyo incondicional en todos mis pasos.

Estudio y análisis del mercado objetivo

Libros

DE MATEO PÉREZ, Rosario, BERGÉS SAURA, Laura y SABATER CASALS, Marta. (2009). *Gestión de empresas de comunicación* (1ªed.). Sevilla: Editorial Comunicación Social

OBSERVATORIO DEL TERCER SECTOR. (2009). *La ocupación en el tercer sector social de Cataluña* (1ª ed.). Barcelona: Fundació Caixa Catalunya

Páginas web y documentos digitales

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE CATALUÑA. *Demografía, sociedad y calidad de vida*. [En línea] Disponible en: www.idescat.cat/economia/inec?st=3&lang=es

Ley 07/1997, del 18 de junio, de Asociaciones, BOE núm. 176 (1997). [En línea] Disponible en: www.boe.es/boe/dias/1997/07/24/pdfs/A22612-22620.pdf

TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA: www.tercersector.cat

Demanda

Páginas web y documentos digitales

DEPARTAMENT DE JUSTÍCIA DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA. *Guia d'entitats*. [En línea] Disponible en: www.justicia.gencat.cat/ca/serveis/guia_d_entitats

LA CONFEDERACIÓ. *Anuari de l'Ocupació del Tercer Sector Social de Catalunya 2016*. [En línea] Disponible en:

www.ajuntament.barcelona.cat/omic/sites/default/files/anuari_ocupacio_infografia.pdf

Ley 19/2014, del 22 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, BOE núm. 6780 (2014). [En línea] Disponible en:

www.portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=680124&language=ca_ES

OBSERVATORIO DE LA INCLUSIÓN SOCIAL. *La ocupación en el Tercer Sector Social de Cataluña*. [En línea] Disponible en: www.observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2010-03_Estudi_ocupacio_cs.pdf

OBSERVATORIO DEL TERCER SECTOR DE BIZKAIA. *La captación de recursos en el Tercer Sector: Impulsar el conjunto de la agenda de las entidades*. [En línea] Disponible en: www.3sbizkaia.org/Archivos/Documentos/Enlaces/1561_3sgestion08.pdf

SYSTEME INNOVACIÓ Y CONSULTORÍA. *El tercer sector de acción social en 2015: impacto de la crisis.* [En línea] Disponible en:

www.plataformaong.org/ciudadaniaactiva/tercersector/estudio_completo_el_TSAS_en_2015_impacto_de_la_crisis.pdf

TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *41^a Assemblea General 15 de desembre de 2016: Previsió de tancament 2016 i Pressupost 2017.* [En línea] Disponible en:

TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Informe de resultats del Baròmetre del Tercer Sector Social 2016.* [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/sites/www.tercersector.cat/files/informe_barometre_2016_maquetat_6.pdf

TAULA D'ENTITATS DEL TERCER SECTOR SOCIAL DE CATALUNYA. *Mapa i buscador d'entitats socials a Catalunya.* [En línea] Disponible en: www.tercersector.cat/mapa

Oferta

Páginas web y documentos digitales

ALO SPAIN CONGRESS: www.alospaincongress.com

ASOCIACIÓN BENÉFICA EVENTOS SOLIDARIOS: www.eventossolidarios.org

ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE: www.proyectohombre.es

BOCEMTIUM: www.bocemtium.com

CATALUNYA. *Catalunya Convention Bureau: agencias especializadas.* [En línea] Disponible en: www.catalunya.com/es/catalunya-convention-bureau-ccb/agencias-especializadas#recursos

DICOM EVENTS: www.dicomevents.com

FEDERACIÓ D' ENTITATS D' ATENCIÓ A LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA (FEDAIA). *Memoria anual 2014.* [En línea] Disponible en:

www.fedaia.org/sites/fedaia/files/uploads/Memories/memoria_2014-definitiva.pdf

FEDERACIÓ D' ENTITATS D' ATENCIÓ A LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA (FEDAIA). *Somriu per la infància.* [En línea] Disponible en: www.somriuperlainfancia.org

FEDERACIÓ D' ENTITATS D' ATENCIÓ A LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA (FEDAIA): www.fedaia.org

FUNDACIÓ PERE TARRES. *Memoria anual 2015.* [En línea] Disponible en: www.peretarres.org/arxius/fpt/memoria-2015-fundacio-pere-tarres.pdf

FUNDACIÓN PERE TARRES: www.peretarres.org

PROJECTE HOME. *Memoria anual 2015.* [En línea] Disponible en: www.projectehome.cat/wp-content/uploads/2016/06/Mem%C3%B2ria-2015-Projecte-Home-Catalunya.pdf

PROYECTE HOME: www.projectehome.cat

Plan de producción y organización del evento

Libros

ROCA PRATS, José Luís. (2015). *Planificación, organización y control de eventos* (1ªed.). Madrid: Paraninfo

Páginas web y documentos digitales

ASOCIACIÓN PARA VENCER EL AUTISMO Y TRASTORNOS DEL DESARROLLO (AVA): www.autismoava.org

ASPIC. *Space*. [En línea] Disponible en: www.aspic.es/spaces

AUTISM RESEARCH INSTITUTE: www.autism.com

AUTISMO EN CATALUNYA: www.autisme.com

BUNZL: www.bunzlspain.com

CASA LLOTJA DE MAR: www.casallotja.com

CASANOVAS ESPACIO GASTRONÓMICO & CATERING: www.casanovascatering.com/es

CIVITAS: www.civittas.com

CRUZ ROJA: www.cruzroja.es

DAVID LEVIN: www.davidlevinproductions.com

ENDESA: www.endesaclientes.com

EOLO COMUNICACIÓN: www.eolocomunicacion.com

EVENTUM HOSTESS: www.eventumhostess.com

IDEALISTA. *Locales o naves en Verdun*. [En línea] Disponible en: www.idealista.com/inmueble/36055578/

ILSOTEC: www.ilsotec.com

LA TARARA: www.la-tarara.com

PENNY WISE: www.penny-wise.net

VODAFONE: www.vodafone.com

ZONAPLOTTER: www.zonaplotter.com

Estructura jurídica-económica de la empresa y trámites de constitución

CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS. *Trámites administrativos: sociedad de responsabilidad limitada.* [En línea] Disponible en: www.portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SRL/TramitesAdministrativos/Paginas/ListadoPCA.aspx

EL ECONOMISTA. *Infoautónomos: tipos de sociedades.* [En línea] Disponible en: www.infoautonomos.eleconomista.es/tipos-de-sociedades/como-crear-una-sociedad-limitada/

Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital BOE núm. 161 (2010). [En línea] Disponible en: www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-10544-consolidado.pdf

Fuentes personales

⇒ Entrevistas

- **Anna Martínez:** responsable del área de proyección de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya desde el año 2016. Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Barcelona y en Gestión de Entidades Sociales por la Universidad Ramon Llull. Experiencia como organizadora de actos y eventos.
- **Jordi Feu:** responsable de comunicación de la Asociación Projecte Home desde el año 2013. Licenciado en Periodismo por la Universidad Pompeu Fabra y en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de Catalunya.

⇒ Consultas

- **Rai Barba:** responsable de comunicación de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya desde el año 2010. Licenciado en Periodismo por la Universidad Ramon Llull y diplomado en el Posgrado "Cultura de paz y resolución de conflictos" por la Universidad Autónoma de Catalunya y en el Posgrado "Resolución de conflictos políticos y sociales" por la Universidad Oberta de Catalunya.
- **Laura Escrichs:** organizadora de eventos en Profei desde el año 2015. Graduada en Protocolo y Organización de Eventos por la Universidad Camilo José Cela.
- **Vanessa Álvarez:** responsable de comunicación y coordinadora del Programa CaixaProinfància de la Federació d'Entitats d'Atenció a la Infància i l'Adolescència desde el año 2015.

ANEXOS

Responsable del área de proyección de la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya, Anna Martínez

¿Quién suele organizar los eventos de las entidades? (interna o externamente)

Los actos internos de las entidades suelen organizarlos ellas mismas, sobre todo las entidades más pequeñas, puesto que no disponen de presupuesto suficiente para poder encargar fuera este tipo de proyectos. En estos participan voluntarios y usuarios. Además, las peculiaridades de los usuarios de entidades las conocen mucho mejor los técnicos sociales.

Los actos destinados a recaudar fondos pueden externalizarse con más facilidad. Éstos suelen ser muy específicos: acontecimientos deportivos, acontecimientos artísticos, etc. En este caso, la organización dependerá de la capacidad del técnico responsable y muy importante “de los contactos”. Para este tipo de actos es importante disponer de una buena agenda.

En la organización de este tipo de eventos intervienen diferentes técnicos:

- Responsable de actos: temas logísticos y de producción, coordinación de equipos de voluntarios, etc.
- Trabajadores sociales: temas de contacto con los usuarios y familiares
- Responsable de comunicación: promoción del acto
- Captación de recursos: monetario o en especies

¿Cuáles suelen ser los objetivos fundamentales de los eventos, además de la recaudación de fondos?

Uno de los objetivos de las entidades es la inclusión de los usuarios en las celebraciones tradicionales como la Navidad, el Sant Joan, Sant Jordi...es importante para ellos y para las familias que se sientan partícipes de este tipo de celebraciones.

También es muy común en la entidades celebrar las onomásticas, los 30 años de una entidad, etc. Y por supuesto, el hecho de sensibilizar y concienciar a la población.

¿Qué tipo de eventos son los más comunes y los que consiguen generar más repercusión y recaudación?

La repercusión siempre depende de los esfuerzos destinados y de la capacidad de las personas responsables para moverse entre los medios de comunicación. Normalmente todas las incursiones publicitarias se solicitan de forma gratuita y no todas las entidades conocen los movimientos que hay que hacer para conseguirlo. Un buen responsable de comunicación conseguirá una gran repercusión, independientemente del tipo de acto.

Es difícil responder a qué tipo de acto genera más beneficio, depende de la inversión. Pero por mi experiencia creo que los deportivos son una gran fuente de ingreso.

¿Qué labor comunicativa se desarrolla para darlos a conocer?

Con el objetivo de poder tener presencia en todos los ámbitos, se trabaja la presencia on y off line. Se trabaja la imagen gráfica del evento adaptable a diferentes medios. Se elaboran piezas comunicativas como por ejemplo videos promocionales, entrevistas a beneficiarios, etc.

Se lanzan notas de prensa y se realizan convocatorias de prensa (cuando los eventos van de la mano de grandes patrocinadores o colaboradores, la rueda de prensa en un gran momento para promocionar los eventos. Por ejemplo, si un evento es patrocinado por La Caixa y el Ajuntament de Barcelona, y se realiza con la colaboración del Diari Ara, las garantías de conseguir una gran asistencia de público no vinculado a la entidad es muy elevada.

¿Quién participa y en qué medida? (instituciones, colaboradores, socios, voluntarios...)

Depende del tipo de acto, de su dimensión, de los objetivos...

No obstante, la participación de los representantes institucionales depende en gran medida de la proyección pública que tenga el acto.

Colaboradores, socios y voluntarios son la base social de una entidad y siempre, sea el tipo de acto que sea, se intenta contar con su asistencia. Y en el caso de los voluntarios, con su participación activa, puesto que son parte de la vida y de la supervivencia de las entidades sociales.

¿Qué recursos son necesarios y quién los aporta/proporciona?

Recursos económicos: procedentes de las cuotas de los socios, de las subvenciones públicas, de donaciones puntuales de donantes o de las aportaciones de empresas y patrocinios.

Recursos en especies: todo el material necesario para un evento, desde el catering hasta la música, pasando por la impresión de programas y todo lo que se precisa para que un acto se desarrolle con éxito, pueden ser susceptibles de ser donaciones. En un acto participan un gran número de proveedores de todo tipo.

Recursos humanos: equipo técnico, voluntarios y contratación de personal para el desarrollo de servicios concretos.

¿Cuál es la función principal de los patrocinadores? (además de cubrir gastos)

Dar prestigio al acto o evento en cuestión, puesto que suelen ser instituciones o empresas relevantes.

Responsable de comunicación y de la organización de eventos solidarios en Projecte Home, Jordi Feu

¿Cómo se lleva a cabo la comunicación desde Projecte Home?

Considero que tiempo atrás las ONG estaban más cerradas en sí mismas pero desde hace unos años este hecho ha ido cambiando y ha surgido la necesidad real de comunicar y explicar lo que se hace desde dentro. En este sentido, es muy importante ser transparente para darse a conocer. Especialmente cuando se trata de problemáticas concretas, en ocasiones difíciles como es el caso de Projecte Home, las adicciones, es fundamental normalizarlo, explicarlo e intentar romper el estigma en todas aquellas personas que sufren adicciones de este tipo. En este caso, se quiere romper también, con la imagen irreal que se tenía antaño de las personas con drogodependencia en relación con la heroína entre otros aspectos. Se pretende normalizar la imagen, normalizar el problema y que se pueda hablar de ello.

El objetivo general de la comunicación que se desarrolla desde la ONG es darnos a conocer en sociedad, dar a conocer también el problema y que se consiga entender y que se valore la importancia de ello y a la desde nuestro público más interno compuesto por voluntarios y socios y con la ayuda de instituciones tanto públicas como privadas y de empresas seguir avanzando.

¿Qué recursos se emplean para desarrollar la comunicación?

Además de la página web que se intenta actualizar de manera diaria, la newsletter mensual que se suele enviar una vez al mes en la que se recogen las principales novedades, las redes sociales (Twitter y Facebook) y publicaciones en papel. En este último caso, desde la Asociación Proyecto Hombre, se elabora una revista cuatrimestral a nivel estatal.

La memoria anual que publicamos nos sirve de carta de presentación de la ONG y para dar a conocer las cifras de la entidad.

En cuanto a recursos económicos que se destinan a esta función, no podemos establecer una cifra concreta. Projecte Home es una entidad social mediana y como tal intentamos llevar a cabo las acciones que están a nuestro alcance y con muchos esfuerzos, ya que, como en muchas de las entidades, los presupuestos no son precisamente elevados.

No obstante, existen entidades que su razón de ser es la de sensibilizar a la población y concienciarla. En este sentido, desarrollan estrategias que permiten lograrlo. En nuestro caso, la ONG nació con la misión de ayudar a las personas que viven esta problemática de las adicciones y es el eje central y el porqué de nuestra existencia. Teniendo en cuenta este aspecto, las terapias y los tratamientos son los focos principales y, por tanto, los recursos van destinados en la mayor parte a cubrir estas necesidades. No obstante, el hecho sensibilizar y comunicar a la sociedad es un factor que consideramos muy relevante.

¿Qué importancia tienen los medios de comunicación?

Precisamente es otra de las tareas fundamentales que llevamos a cabo, la de relación y contacto con los medios de comunicación. Esta es inversa, por un lado, necesitamos que nos den visibilidad. Por este motivo, en la medida de lo posible, realizamos como mínimo una rueda de prensa anual para presentar los datos que se publican en la memoria y a la vez mostrarnos ante el conjunto de la sociedad. Normalmente suele coincidir con la celebración del Día Internacional de la Lucha contra el Uso Indebido y el Tráfico Ilícito de Drogas.

Por otro lado, cuando los medios requieren de información relacionada con el mundo de la drogodependencia y de las adicciones suelen acudir a nosotros y este hecho nos sitúa como referentes en este ámbito. En este sentido, el objetivo principal es el de mantener una relación fluida con los medios y es importante ir encontrando nuevas maneras para desarrollarla ya que en muchas ocasiones, resulta complejo que estos puedan asistir a ruedas de prensa sobre estas temáticas, y no precisamente por falta de interés, sino por falta de recursos.

¿Qué tipo de eventos se realizan y en cuáles de ellos se suele recaudar más dinero?

Los eventos que se desarrollan se organizan internamente desde la propia ONG o bien gracias a las iniciativas de empresas o colectivos que deciden realizar algún acto solidario con la intención de poder recaudar fondos para la entidad. En este sentido, estamos muy agradecidos

a que así sea, y que confíen en nosotros y en nuestra manera de ayudar y nos proporcionen recursos con los que seguir financiando Projecte Home.

Siguiendo esta dirección, decidimos, que aquellos que quisiesen colaborar de este modo, podrían ponerse en contacto con nosotros a través de nuestra página web y presentarnos su iniciativa. Creemos que es importante salir fuera y desarrollar actividades externas puesto que consideramos que no podemos basarnos únicamente en la difusión a través de redes sociales sino que es importante actuar más allá de las pantallas.

Hasta hace unos años se acostumbraba a hacer una cena solidaria que se organizaba desde la propia entidad. Este acto era el evento solidario anual que se celebraba. Asistían entre 200 y 300 personas. Estaba destinado a un público con poder adquisitivo alto puesto que el precio del cubierto era bastante elevado. Se reunían tanto instituciones como empresarios que a la vez colaboraban en otros aspectos con la entidad. Este acto funcionaba bastante bien y ayudaba a recaudar fondos una vez al año además de servir como vía de posible contacto para futuras colaboraciones.

La última vez que se realizó este evento fue en 2016 de la mano del Parque de Atracciones Port Aventura, que cada año organiza un acto de este tipo para una o más fundaciones, entidades u ONGs en concreto. En esta ocasión, decidieron destinarlo a Projecte Home, puesto que justo habíamos abierto un centro en Tarragona.

Esta cena recordaba a los actos que realizábamos nosotros hasta ese momento. El organizador principal fue Port Aventura pero nosotros colaboramos con la difusión, llevamos a gente desde Barcelona. Pero gran parte lo hicieron ellos mismos. Proporcionaron las infraestructuras, el catering, los espectáculos, etc.

En este sentido, la principal diferencia entre las cenas que organizábamos nosotros con esta que organizó Port Aventura es que pese a realizarse en hoteles que nos eran cedidos para poder celebrarlas, debíamos encargarnos de buscar el catering y todos los demás aspectos.

La experiencia que tenemos en estos actos nos ha hecho darnos cuenta que lo mejor es poder organizar eventos con otros actores, que pueda encontrar las colaboraciones necesarias que permitan que desde la propia entidad no debamos encargarnos de todo puesto que en muchos

casos, se trata de tareas que no sabemos cómo llevar a cabo ya que no estamos especializados en este ámbito.

El último gran acto que celebramos el pasado mes de enero con motivo del final de la celebración de los 20 años de la entidad, fue el concierto la Joven Orquestra de Catalunya (JONC). Este evento fue fantástico puesto que se trata de una colaboración entre ambos. Ellos aportan la parte artística: música, instrumentos, el concierto en sí y todo su prestigio. Nosotros aportamos las tareas de difusión, de búsqueda de otros colaboradores. Como por ejemplo, la Fundación Obra Social La Caixa, la Generalitat y otras empresas. La intención principal era la de intentar contactar con el mayor número de gente posible para poder llenar el auditorio al completo, que prácticamente fue así.

Además de la recaudación era importante que el acto generase impacto mediático y a la vez que fuese capaz de sensibilizar a la sociedad. Este tipo de actos son los mejores puesto que combinan lo mejor que sabe hacer cada uno para conseguir mejores resultados.

En este caso, la recaudación principal y la más importante, se hizo a partir de la venta de las entradas para el concierto y de empresas patrocinadoras del evento. La aportación económica de cada uno fue distinta pero la Fundación Obra Social La Caixa y la Generalitat fueron patrocinadoras de honor puesto que fueron las que mayor cantidad de dinero aportaron para este evento.

La verdad es que desde la entidad estamos realmente contentos porque el evento fue un gran éxito y superó incluso las expectativas esperadas. Por este motivo, este acto nos gustaría poder llegar a repetirlo en un futuro tanto a nosotros como a la JONC pero tenemos que valorar cada cuanto podría realizarse y de qué manera porque supone un gran esfuerzo a nivel interno.

Este tipo de actos es importante que funcionen para ambas partes, si encontramos un momento idóneo en el que sea posible celebrarlo lo haremos ya que supone una gran recompensa.

Por otro lado sí que llevamos a cabo pequeños eventos anuales como por ejemplo, un torneo de fútbol solidario que se suele celebrar durante el mes de junio. Este año será la cuarta edición.

Se trata de un día festivo, de diversión en el que nos reunimos muchos. En este caso, son los propios usuarios de la entidad los que juegan los partidos y no se cobra entrada.

Por tanto, el objetivo es el de concienciar. Queremos que sea una manera de abrirnos a los demás, que puedan conocerlos e incluso si alguien necesita ayuda o sabe de alguien que puede necesitarla, acuda a nosotros. No obstante también hay empresas que colaboran y realizan aportaciones.

Otros actos son propuestos por personas o grupos que deciden colaborar con nosotros mediante la recaudación de fondos de un modo u otro. Este hecho supone un acto de confianza y de credibilidad hacia la entidad por su parte ya que deciden destinar el dinero recolectado a esta causa porque consideran que serán bien invertidos. Se trata de pequeños actos pero que a la vez ayudan a abrir puertas. Por ejemplo, un espectáculo de baile que hicieron unos jóvenes en Badalona, un curso de yoga, una obra de teatro que interpretó una compañía amateur, también otra cena solidaria que celebramos en el Ayuntamiento de Talarn durante su fiesta mayor. En este sentido, pese a que estos eventos y actos al ser más pequeños no tienen ni la misma repercusión ni la obtención de grandes cifras, son también gratificantes ya que ayudan.

También es importante tener en cuenta que preferimos realizar un acto grande y hacerlo bien combinándolo con otros de menor volumen que querer llegar a celebrar varios grandes actos y no hacerlo correctamente.

Con la intención de dar inicio a la celebración de los 20 años de la entidad, hicimos una botifarrada solidaria en Montgat a la que acudieron unas 800 personas. La recaudación se hizo a través del pago por la comida, que fue de 5 € y de las aportaciones económicas de empresas.

De cara al mes de junio estamos preparando un torneo solidario de pádel junto a la Federación Catalana de Tennis en el Pavellón de la Vall d'Hebrón. La intención de este día es la de recaudar fondos mediante el coste de la inscripción y disfrutar de un día deportivo y festivo tanto usuarios como todos aquellos que quieran acudir.

Por mucho que en estos actos, nos cedan el espacio y organicen las actividades supone una tarea que requiere de esfuerzo por parte nuestra y más aún teniendo en cuenta que no contamos con una gran infraestructura de personal que se pueda dedicar a ello al 100%.

Por este motivo, pese a que valoramos todas las propuestas que recibimos al respeto, en algunas ocasiones lamentablemente no hemos podido aceptarlo ya que no disponemos de los recursos ni del tiempo necesarios para su correcto desarrollo y preferimos decir que no si vemos que no vamos a poder llegar o no vamos a obtener resultados que realmente compensen toda la faena realizada previamente.

Además de la recaudación de fondos, ¿Cuál es el objetivo fundamental?

Los eventos suelen tener un doble objetivo. Por un lado, la recaudación de fondos y por otro lado, la sensibilización de la sociedad. Dependiendo del tipo de evento que se realiza predomina más el objetivo de recaudar fondos o bien el de sensibilizar a la sociedad. En este sentido, puede tener mayor peso uno u otro. Sin embargo, el objetivo de sensibilizar y concienciar a la población siempre intenta estar presente mientras que la recaudación de fondos en según qué eventos no se lleva a cabo.

Debido al gran volumen de trabajo que supone organizar este tipo de actos y en ocasiones, la falta de recursos necesarios. ¿En alguna ocasión os habéis planteado la posibilidad de externalizar esta actividad?

No la verdad es que externalizarlo de manera formal no, nos lo hemos planteado nunca porque tampoco nunca hemos llegado a este nivel de necesidad de hacerlo de este modo. A veces nos llegan informaciones de personas famosas como cantantes que pretenden hacer conciertos solidarios. Consideramos que este hecho es algo cercano al mundo de negocio, y por tanto, nunca lo hemos puesto en marcha. Pensamos que lo mejor o al menos con lo que nos sentimos más cómodos, es cuando se trata de algo totalmente desinteresado sin intención de lucro por la otra parte.

Además, en este caso, como la persona que está cantando o actuando se lleva lógicamente, una parte de la recaudación por su trabajo, imagino que el margen de beneficio y de recaudación de fondos real para la entidad debe ser bastante bajo.