

La formación universitaria española sobre organización de eventos: retos del sector

Spanish university training in events management: challenges of the sector

Elena Borau-Boira¹ | [ORCID ID](#)

eborau@nebrija.es

Universidad de Nebrija, España

Recepción: 16/03/2021 Revisión: 03/05/2021 Aceptación: 24/06/2021 Publicación: 28/06/2021
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-21-2021-06-97-120>

Resumen

Las transformaciones que el sector comunicativo está experimentando en los últimos años ponen de manifiesto necesidades formativas que el mercado laboral demanda. La digitalización de los contenidos, el cambio de la relación marca-consumidor o la organización de eventos son sectores especialmente necesitados de nuevos perfiles profesionales. Los eventos como espacios singulares que ofrecen un valor añadido transformados por la presencia digital en medios sociales, la contribución de *influencers*, la utilización de *apps*, el uso del *streaming* o la gamificación, es uno de los sectores con mayores necesidades. En este sentido el objetivo del trabajo que aquí se presenta es realizar un estudio exploratorio descriptivo de las titulaciones que actualmente ofrecen estos estudios en las universidades españolas. Se lleva a cabo una metodología mixta cuantitativa-cualitativa y un análisis de contenido como técnica de estudio de la muestra analizada: todas las titulaciones de posgrado y grado relacionadas con la Organización de Eventos publicadas en RUCT (Registro de Universidades, Centros y Títulos). Entre otros resultados concluyentes, la investigación refleja la tímida apuesta que la universidad española hace por la formación en un sector que en este país mueve grandes cifras y puestos de trabajo, así como cierta carencia en cuanto a la incorporación de perfiles emergentes adaptados a la evolución del sector.

Palabras clave: Organización de eventos, universidad, grado, máster, retos, perfil del egresado.

¹ Elena Borau-Boira es profesora en la Universidad de Nebrija, España. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4367-2846>

Abstract

The events sector moves around 6,900 million euros a year, and provides jobs for thousands of professionals. The digitization of our era has transformed the way we communicate and, therefore, the way events are organized, presented and disseminated. On the other hand, the transformations that the communication sector has undergone in recent years highlight the training needs that the labor market demands. The digitization of content, the change in the brand-consumer relationship or the organization of events are sectors that are especially in need of new professional profiles. Events as unique spaces that offer added value transformed by the digital presence in social media, the contribution of influencers, the use of apps, the use of streaming or gamification, are some of the tools that need this update in training. The management of good digital communication in events allows, among other things, to identify experts and prescribers, create a community around the event, broadcast live activities, virtual networking, create an online debate before, during and after the event, etc. Therefore, future event organizers should have a multidisciplinary training and with very defined skills such as knowledge of new 2.0 technologies, versatility and adaptability, as well as creative and strategic capacity. In fact, not all actions communicate by themselves, they must be accompanied by quality actions and commitments. The need for new professional profiles in the different areas of communication is a reality pointed out and studied both from the institutional and academic spheres. The objective of the work presented here is to carry out a descriptive exploratory study of the degrees currently offered by these studies in Spanish universities, to check whether they respond to the training needs demanded by the sector at present. The methodological approach used to address the study presented is qualitative-quantitative, specifically using content analysis as an ideal technique in social science studies related to communication. A mixed quantitative-qualitative methodology and a content analysis are carried out as a study technique of the analyzed sample: all postgraduate and undergraduate degrees related to the Organization of Events published in RUCT (Registry of Universities, Centers and Titles). In the first term, the more formal aspects of the sample degrees are analyzed, both in master's degrees and in degrees, to establish their basic characteristics in analysis files that collected the following qualitative variables: name of the university, type of degree. Second, a content analysis of the study plans of the selected postgraduates is carried out, using the information hosted on the web pages of each university as a source of access. Among other conclusive results, the research reflects the timid bet that the Spanish university makes for training in a sector that moves a large number and jobs in Spain. Especially in the public university, since only one university offers a postgraduate degree in this area, compared to the six offered by the private university. Likewise, it is found that professional careers change according to work scenarios, and a certain lack of incorporation of emerging profiles into the evolution of the sector is observed, so a more precise interrelation between profile-task / function-specialization should be established.

Keywords: Events management, university, postgraduate degree, bachelor's degree, challenges, graduate profile.

Sumario

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. Resultados
5. Discusión y conclusiones
6. Referencias

Summary

1. Introduction
2. State of the Art
3. Methodology
4. Results
5. Discussion and conclusions
6. References

1. INTRODUCCIÓN

Según el informe *The future of skills. Employment in 2030* (2017), la combinación de competencias y habilidades puede mejorarse para ofrecer nuevas oportunidades. Esto requiere de una respuesta adecuada por parte de las personas, los educadores, las empresas y los responsables políticos. La necesidad de nuevos perfiles profesionales en los diferentes ámbitos de la comunicación es una realidad apuntada y estudiada tanto desde el ámbito institucional (Carretero, Vuorikari y Punie, 2017; Tench, et al., 2013) como desde el ámbito académico (Carrillo Durán, 2014; García-Ruiz y Pérez-Escoda, 2020; Pedrero-Esteban y Alcudia, 2020; Perlado y Saavedra, 2017).

El Informe sobre la situación actual de los Eventos en España (AEVEA y PRnoticias 2015) indica que el sector de eventos mueve alrededor de 6.900 millones de euros al año, y proporciona trabajo a miles de profesionales. Por otro lado, la digitalización de nuestra era ha transformado la forma en que nos comunicamos y, por ende, la manera en que se organizan, presentan y difunden los eventos.

Las transformaciones que el sector comunicativo está experimentando en el siglo XXI en todas sus dimensiones (Pedrero-Esteban y Pérez-Escoda, 2020) pasa también por una actualización en los estudios universitarios, como la organización de eventos: una rama

especializada de la comunicación como periodismo emergente que podría enfocarse en la forma de comunicar los eventos, tanto interna como externamente en la era digital. Desde 2014 los medios de comunicación ya no luchan solo por sobrevivir, según Bello y Palau (2016), atraviesan un proceso de transición, y requieren de perfiles profesionales proactivos y flexibles que conversen con la audiencia. Lo que nos proponemos en este trabajo es precisamente esto: comprobar si la formación sobre organización de eventos en la universidad española responde a los retos que plantea el sector en la actualidad.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La evolución de los eventos en España. Retos y oportunidades

El sector de las Relaciones Públicas (RR.PP.) y los eventos ha evolucionado enormemente en los últimos años por la transformación digital que afecta ya a todas las facetas de nuestra vida (Romero-Rodríguez y Fernández-Camacho, 2021).

España es, además, una de las grandes potencias en organización de eventos. Según *The International Association Meetings Market 2017*, es el cuarto país en el mundo con mayor número de eventos y el segundo en estimación de participación.

Diversos y prestigiosos estudios avalan la inercia en alza que estaban experimentando los eventos (antes de la crisis por Covid-19), tanto a nivel nacional como internacional: el *I Informe sobre la situación de los eventos en España de AVEA y PR Noticias* (2015); el *Estudio Anual de Inversiones en Below The Line –BTL-* (2018), el *Estudio de Mercado 2018: El evento como generador de valor estratégico de Eventoplus*; el *ranking de la International Congress and Convention Association (ICCA 2018)* o el *Informe PR2018 de Torres y Carrera y PRnoticias* arrojan datos y cifras que demostraban la solvencia de un sector que empleaba, cada día, a más profesionales.

Los eventos como espacios singulares que ofrecen un valor añadido, la presencia digital en medios sociales y la contribución de *influencers*, la utilización de *apps*, votaciones interactivas, el uso del *streaming* y la gamificación, son exigencias habituales de cualquier evento que implican formación específica en toda su logística (Lenderman y Sánchez, 2008; Lindstrom 2007; YongHee, Pearl y Hanquin, 2014). En este sentido el dominio de la comunicación digital será crucial y para ello unas habilidades y competencias digitales adecuadas constituirán la clave de una buena gestión. La gestión

de una buena comunicación digital en los eventos permite, entre otras cosas, identificar expertos y prescriptores, crear una comunidad entorno al evento, retransmitir actividades en directo, *networking virtual*, creación de debate online antes, durante y post evento, etc. (Campillo, et al., 2014).

Es a partir de la década de los 90, momento en el que se asienta de manera paulatina el “Modelo Dircom”, en el que las empresas comienzan a invertir más en los medios tradicionalmente llamados *Below the line* en detrimento de los convencionales (García, Gómez de Castro y Rivas, 2013). Tan necesario será conseguir la difusión y la viralización de un evento como su producción o puesta en escena. Asimismo, liderar correctamente al equipo o conseguir comunicar y difundir el evento de la mejor forma posible, serán objetivos principales del plan de comunicación de un evento (Almansa y Godoy, 2012; Galmés y Salvador, 2012).

Esta transformación digital no es propia solo de las RR.PP. y la organización de eventos. Según indicaba el informe *PAFET7: Perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España* (2013), desde el terreno profesional español se demandan perfiles en torno a tres macro tareas. experto en posicionamiento online, especialista en marketing online y *community manager*, que son tres de los ámbitos fundamentales para la gestión y comunicación de eventos (Herrero y Perelló, 2016).

2.2. El perfil demandado en la organización de eventos

La tecnología digital ha modificado los escenarios laborales al asumir que las trayectorias profesionales ya no son lineales y previsibles, son quebradas y necesitan transformaciones, mutaciones profundas, (Rodríguez, 2018; Sánchez, García, López y Vázquez, 2019), de manera que se establece una interrelación entre perfil-tarea/función-especialización, que va cambiando a medida que se produce un mayor desarrollo digital de las herramientas al servicio del profesional de RR.PP. y eventos.

Las investigaciones en torno a los perfiles emergentes adquieren una especial relevancia en los primeros años del siglo XXI que se traducen en intentos de metodologizar la detección del perfil de las nuevas fuerzas laborales vinculadas a la comunicación social (Palomo y Palua-Sampio, 2016; Rodríguez-Fernández, 2018). Según Mellado (2007: 160), los estudios resultan cada vez más prolíficos y se aglutinan en torno a tres paradigmas

principales: el cambio tecnológico-digital; la modificación de las estructuras de las redacciones en el contexto de la convergencia; y la adaptación formativa a los perfiles emergentes.

El organizador de eventos debe ser capaz, además, de generar experiencias auténticas con sus públicos objetivos y establecer conexiones emocionales que favorezcan la comunicación bidireccional con la marca. La exigencia del público de una información con mayor calidad de contexto y profundidad en los contenidos, unido a las posibilidades que facilitan las actuales herramientas digitales vinculadas a la profesión periodística (Doménech y López, 2016) son factores fundamentales que justifican el desarrollo de nuevos perfiles profesionales en el periodismo digital para responder al actual contexto.

Por tanto, los futuros organizadores de eventos deberían tener una formación multidisciplinar y con competencias muy definidas como el conocimiento de las nuevas tecnologías 2.0, la versatilidad y facultad de adaptación, así como la capacidad creativa y estratégica. De hecho, no todas las acciones comunican por sí mismas, hay que acompañarlas de acciones y compromisos de calidad. Asimismo, como indica el informe realizado en 2019 por el Banco Europeo de Inversiones y Deloitte, *Horizon 2030. Looking ahead to challenges and opportunities*: las competencias personales, cognitivas y sistemáticas se presentan como fundamentales ya no en el futuro, sino en la actualidad.

Otro ámbito que se presenta como imprescindible para la organización de eventos es el protocolo como herramienta de gestión y de la excelencia en la comunicación pública y privada que atiende a facilitar mayor eficacia en la comunicación y ayuda en la puesta en escena de los eventos (Borau-Boira, 2016). Esta disciplina se ha ido haciendo su hueco tanto en el ámbito académico, en el científico como en el profesional. Muchos trabajos científicos de calidad, así como innumerables eventos nacionales e internacionales demuestran la evolución del protocolo y la organización de eventos como disciplina necesaria para la estrategia comunicativa de las marcas (Portugal, MC; Becerra, L; Victoria, J.S (2016) y Herrero y Perelló (2017).

2.3. La formación sobre organización de eventos en la universidad española

Llegados a este punto surge la necesidad de responder a la cuestión de si ha sabido la universidad española actualizarse para ofrecer a los futuros organizadores de eventos las herramientas y competencias necesarias para hacer frente a los retos y exigencias que plantea el sector. Esta especialidad llega a la universidad pocos años después de su inicio en el entorno profesional en 1997. En los títulos propios -de estructura similar a las antiguas diplomaturas- de Protocolo y Relaciones Instituciones de la Universidad Miguel Hernández de Elche y de la Universidad de Granada. En ambos títulos ya se incluían materias relacionadas con la organización de eventos.

En 2007 le siguen estudios análogos en la Universidad Camilo José Cela de Madrid; centro que tres años después implantaría la primera titulación oficial del grado en Organización de Eventos y Protocolo. En relación al postgrado, la Universidad Camilo José Cela fue la pionera en ofrecer el primer máster universitario en esta especialidad en 2011 con el título de “Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos”. Dos años después será la Universidad Rey Juan Carlos quién oferte un máster en este mismo campo.

Posteriormente, la Universidad San Pablo CEU, Universidad Nebrija, Universidad Miguel Hernández de Elche, la Oberta de Cataluña y la Universidad Europea Miguel de Cervantes, han continuado profundizando en el ámbito de la organización de eventos introduciendo postgrados oficiales que han hecho avanzar esta disciplina. En este sentido, el presente trabajo pretende analizar la formación universitaria en organización de eventos en España, con el fin de conocer la afinidad entre sus planes de estudio y la realidad profesional y comprobar si la universidad española está dando respuesta formativa a esta demanda laboral y social.

3. METODOLOGÍA

El enfoque metodológico utilizado para abordar el estudio que se presenta es de corte cualitativo-cuantitativo, utilizando en concreto el análisis de contenido como técnica idónea en los estudios de ciencias sociales relacionadas con la comunicación. Tras un primer análisis en el que se visitaron todas las páginas web de las universidades

españolas (públicas y privadas) para comprobar la oferta en estudios sobre evento y protocolo se procedió a la selección de la muestra.

La muestra objeto de estudio estuvo compuesta por los títulos de todas aquellas universidades españolas, -públicas y privadas- que imparten actualmente títulos de grado y postgrado oficiales en eventos, -tanto en modalidad presencial como online- y que aparecen publicados en el RUCT (Registro de Universidades, Centros y Títulos del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades) (Tabla 1 y Tabla 2).

Es importante destacar que la muestra se ha limitado a los títulos oficiales y verificados por la Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) porque cuentan con un rigor y un seguimiento académico mayor que un título propio, que solo depende de la institución que lo crea.

Tabla 1. Titulaciones de máster oficiales en eventos

TÍTULO MÁSTER	UNIVERSIDAD
Máster Universitario en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
Máster Universitario en Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos	Universidad Camilo José Cela (UCJC)
Máster Universitario en Imagen Pública, Dirección de Eventos y Protocolo	Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)
Máster Universitario en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales	Universidad Miguel Hernández de Elche (IMEP-UMHE)
Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos	Universidad Antonio de Nebrija (UNNE)
Máster Universitario en Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos	Universidad Rey Juan Carlos (URJC)
Máster Universitario en Relaciones Públicas y Organización de Eventos	Universidad San Pablo-CEU (CEU)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Titulaciones de grados oficiales en eventos

TÍTULO GRADO	UNIVERSIDAD
Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos	Universidad Antonio de Nebrija (UNNE)
Grado en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales	Universidad Miguel Hernández de Elche (UMHE)
Grado en Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa	Universidad Rey Juan Carlos (URJC)
Grado en Protocolo y Organización de Eventos	Universidad Camilo José Cela (UCJC)
Grado en Protocolo y Organización de Eventos	Universidad del Atlántico Medio (UAM)

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de contenido se siguieron dos pasos. En un primer término se analizan los aspectos más formales de las titulaciones de la muestra, tanto en máster como en grado, para establecer sus características básicas en unas fichas de análisis que recogían las siguientes variables cualitativas: nombre de la universidad, tipo de titulación (grado/máster) y modalidad (presencial/online).

En segundo lugar, se va lleva a cabo un análisis de contenido de los planes de estudio de los postgrados seleccionados, utilizando como fuente de acceso la información alojada en las páginas web de cada universidad. Para el análisis de contenido se procedió a la siguiente categorización para el análisis cualitativo realizada a partir del estudio teórico previo (Tabla 3).

Tabla 3. Categorización de los planes de estudio para su análisis

CATEGORÍAS	DESCRIPCIÓN	AUTORES
CATEGORÍA 1 (C1)	Área de especialización que es transversal al ámbito de la comunicación y su importancia estratégica para activar la marca	Galmés (2010); Carrillo (2014); Almansa y Godoy (2012); Galmés y Salvador (2012).
CATEGORÍA 2 (C2)	Centrada en el estudio del entorno digital y el manejo de las diferentes	Castelló (2010); Lenderman y Sánchez

	herramientas virtuales para organizar eventos actuales	(2008); Roca (2014) o San Cristóbal (2017).
CATEGORÍA 3 (C3)	Se profundiza en la importancia que la formación universitaria le otorga a la disciplina del protocolo, como gestor de intangibles que ayuda en la organización de eventos es fundamental en muchos ámbitos en nuestra vida cotidiana	Borau (2016); Portugal, MC; Becerra, L; Victoria, J.S (2016) Herrero y Perelló (2017).
CATEGORÍA 4 (C4)	Recoge la necesidad de manejar habilidades directivas para liderar equipos, así como adquirir capacidad analítica y estratégica para organizar y dirigir eventos	Campillo, Ramos y Castelló (2014); Mellado (2007) o Doménech y López (2016).

Fuente: Elaboración propia

Por último, y atendiendo al principal objetivo de la formación en postgrado que debería ser la profesionalización de sus alumnos, se añade una última variable que ayuda la aproximación del alumno a su futura realidad profesional: la realización de prácticas profesionales obligatorias en empresas del sector.

Las categorías del análisis, por tanto, son las siguientes:

- C1. Comunicación estratégica para la activación de marca
- C2. Manejo del entorno digital para organizar eventos actuales
- C3. Protocolo como herramienta de comunicación y gestión de intangibles
- C4. Competencias profesionales: habilidades multidisciplinares y capacidad estratégica
- C5. Prácticas profesionales.

La ficha utilizada para el análisis de contenido de los planes de estudio es la siguiente.

Tabla 4. Ficha análisis 1. Datos académicos títulos postgrado eventos

UNIVERSIDAD	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
Total asignaturas		
Asignaturas relacionadas con la comunicación		
Asignaturas relacionadas con el entorno digital		
Asignaturas relacionadas con el protocolo		
Asignaturas relacionadas con las competencias profesionales		
Créditos de prácticas profesionales		

Fuente: Elaboración propia

Por último, y con el objetivo de completar nuestra investigación sobre la formación en eventos que se ofrece en la universidad española, se lleva a cabo un análisis sobre los grados oficiales en organización de eventos. En estos títulos, la acepción “organización de eventos” siempre va acompañada de disciplinas tan afines como el protocolo y/o la comunicación. Se observa, ya solo en los títulos, que la acepción “organización de eventos” va siempre acompañada de “protocolo” y de “comunicación”. Autoras como Perlado y Saavedra (2007) en su análisis sobre los estudios de comunicación en España, constatan que el protocolo y el ceremonial figuran en gran parte de éstos. Le sigue la esfera de marca corporativa, que incluye la dirección, estructura y desarrollo de eventos, protocolo, ceremonial y simbología. Por ello, y tomando de nuevo como referencia la información que cada titulación ofrece en su página web sobre sus planes de estudio, estableceremos tres categorías de investigación para, finalmente, hacer una comparativa con los planes de estudio que se ofrecen de postgrado.

C1. Créditos relacionados con la organización de eventos

C2. Créditos relacionados con la comunicación

C3. Créditos relacionados con el protocolo

C4. Prácticas profesionales obligatorias

Atendiendo a la importancia que tanto en grado como en máster tienen las prácticas profesionales para acercar al alumno a su futura realidad profesional, se ha añadido una

cuarta categoría relacionada con los créditos que cada titulación dedica a esta asignatura. De esta manera, se pretende establecer una comparativa sobre aspectos formales y académicos entre los planes de estudio de Grado y Máster, para profundizar en el estudio de la formación universitaria española sobre este ámbito. La ficha de análisis que se utilizará para este análisis es la siguiente.

Tabla 5. Ficha análisis 2. Datos académicos títulos de Grado en eventos

UNIVERSIDAD	TOTAL CRÉDITOS
Asignaturas relacionadas con la comunicación	
Asignaturas relacionadas con la organización de eventos	
Asignaturas relacionadas con el protocolo	
Créditos de prácticas profesionales	

Fuente: Elaboración propia

4. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

4.1. Los postgrados

Con la información recogida en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT, 2021) sobre los títulos existentes de grado y máster actualmente sobre eventos en la universidad española, se extrae la siguiente información:

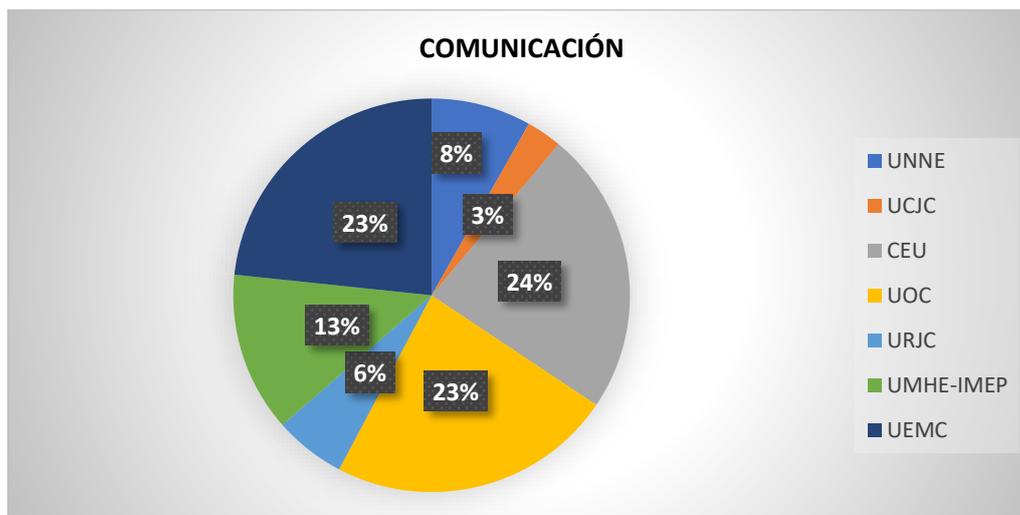
Son siete los títulos publicados en la página del Ministerio, con títulos de postgrado específicos sobre eventos: Universidad Camilo José Cela (UCJC), Universidad Nebrija (UNNE), Universidad San Pablo CEU (CEU), Universidad Oberta de Catalunya (UOC), Universidad Rey Juan Carlos (URJC), Universidad Miguel Hernández de Elche (a través del Centro Adscrito privado-Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo, IMEP) y Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC).

Se comprueba que el número total de títulos de postgrado enfocados a la organización de eventos que ofrece la universidad española sigue siendo escaso, si tenemos en cuenta los datos económicos que avalan el sector. La universidad privada ofrece 6 títulos (UCJC, UNNE, CEU, UOC, UEMC e IMEP), mientras que solo uno ofrece la pública (URJC). En cuanto a la modalidad, tanto la UOC como UEMC ofrecen sus títulos de manera

online, mientras que la URJC y CEU lo hacen solo de forma presencial. La UNNE, UMHE-IMEP como UCJC ofrecen sus estudios en ambas modalidades.

Con respecto al análisis de contenido realizado sobre los diferentes planes de estudio y que componen la muestra principal de este trabajo, se han extraído los siguientes resultados:

Gráfico 1. Créditos relacionados con la comunicación en los títulos de postgrado

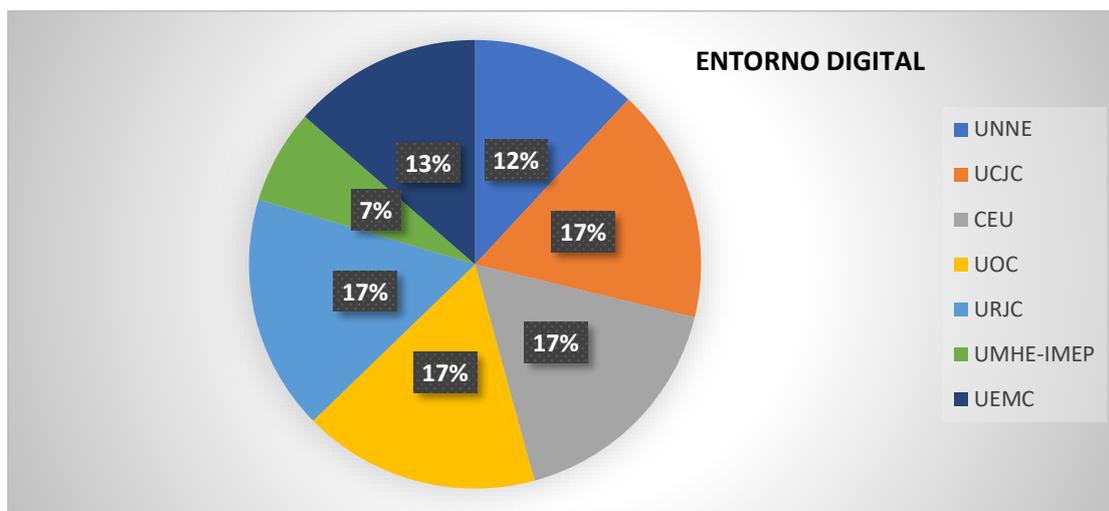


Fuente: Elaboración propia

CEU lidera este ámbito dedicando un 24% del total de sus créditos a la gestión de la comunicación, y le siguen muy de cerca la UOC y la UEMC con un 23% en ambos casos. En el otro extremo se encuentran UCJC y URCJ, que dedican solo un 3% y 5% del total de sus créditos respectivamente a la comunicación.

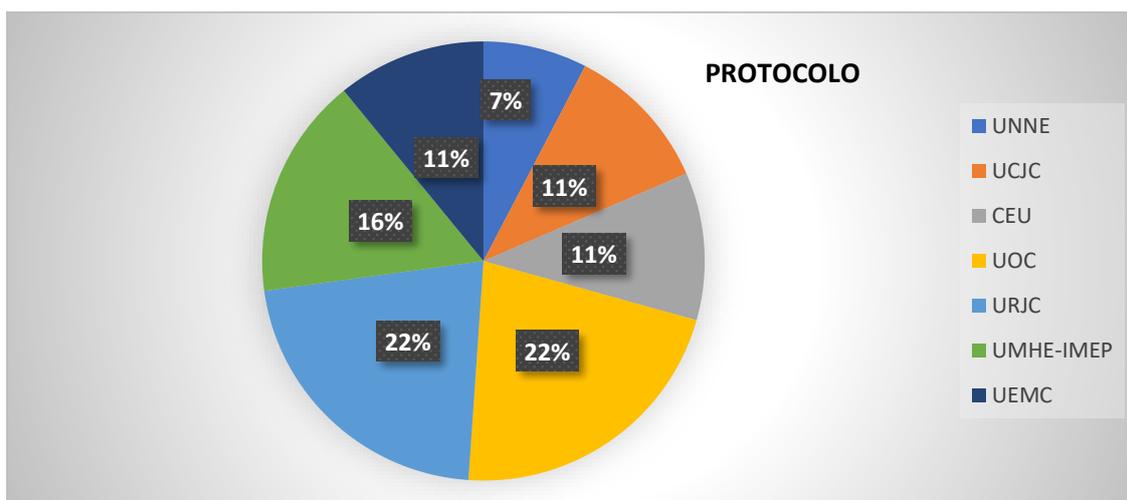
Se observa que las asignaturas dedicadas al correcto manejo del ámbito virtual para comunicar y organizar eventos tienen su espacio en los planes de estudio, oscilando del 17% (UOC, CEU, URCJ y UCJC), 13% y 12% (UEMC y UNNE) y, en último lugar UMHE-IMEP con un 7% del total de créditos destinado a su aprendizaje.

Gráfico 2. Asignaturas relacionadas con el entorno digital en los títulos de postgrado



Fuente: Elaboración propia

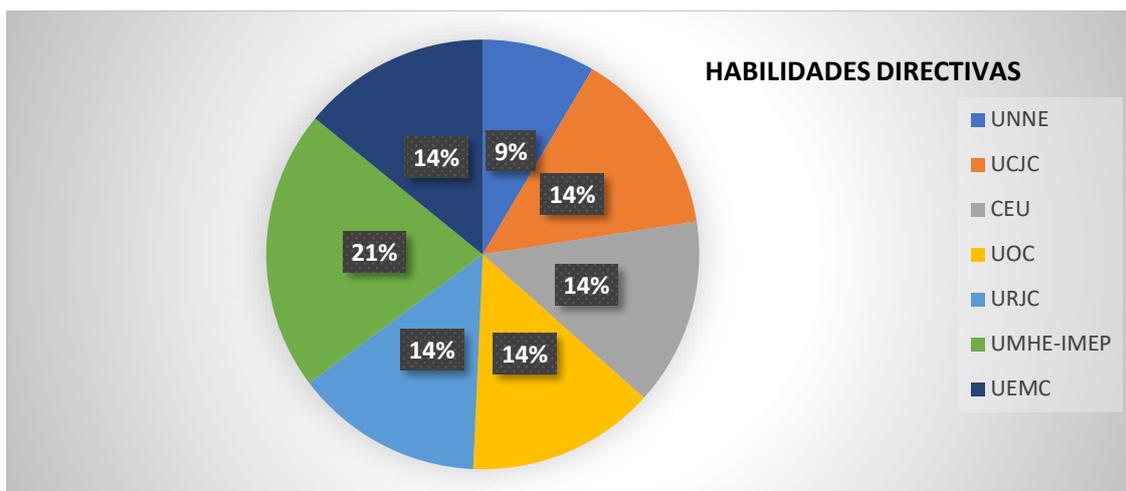
Gráfico 3. Asignaturas relacionadas con el protocolo en los títulos de postgrado



Fuente: Elaboración propia

La disciplina del protocolo se estudia de una manera menos homogénea en los diferentes títulos analizados. Tanto UOC como URJC dedican a su enseñanza un 22% del total de sus créditos, mientras la UNNE lo hace con un 7%. Entre esta horquilla se encuentra UMHE-IMEP con un 16% del total de sus créditos dedicados al aprendizaje del protocolo, y un 11% UEMC, UCJC y CEU.

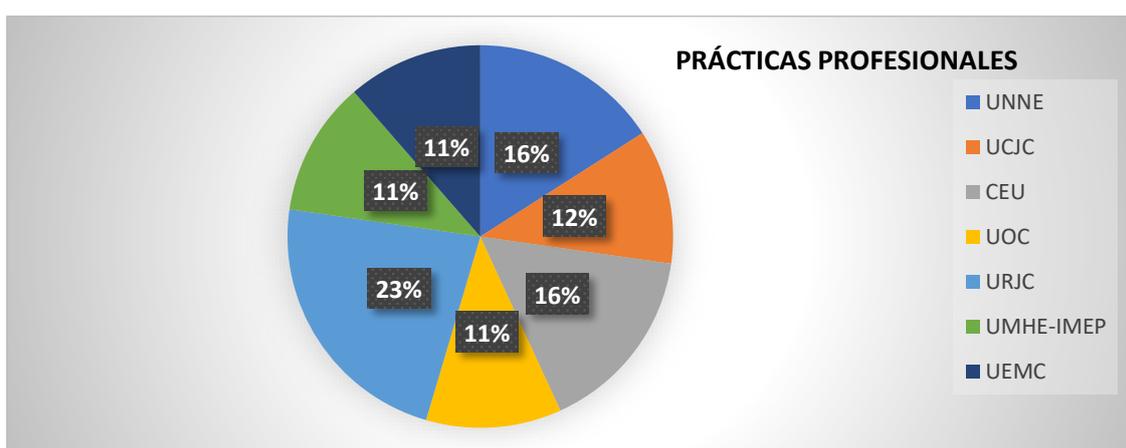
Gráfico 4. Asignaturas relacionadas con competencias profesionales en los títulos de postgrado



Fuente: Elaboración propia

Las habilidades directivas en cuanto a la capacidad de liderar tu equipo o la gestión de la presión o los nervios, así como un enfoque multidisciplinar que permita dirigir de forma óptima eventos, son aprendizajes que igualmente tienen su espacio en la formación de postgrado, aunque con bastante disparidad. Se observa UMHE-IMEP destina un 21% del total de sus ECTS mientras que UNNE lo hace con un 9% a su aprendizaje. El resto lo hacen de una manera más uniforme, con un 14% en todos los casos.

Gráfico 5. Créditos de prácticas profesionales en los títulos de postgrado



Fuente: Elaboración propia

Continuando con el enfoque profesionalizante de la formación de postgrado en eventos, las prácticas curriculares son la mejor forma de establecer esta relación directa entre la realidad profesional y el alumno. Se comprueba que URJC es el título con más créditos

destinados a esta asignatura, con un 23% de créditos sobre el total en su plan de estudios, y al otro lado de la balanza se encuentra UEMC con 11%.

4.2. Los grados

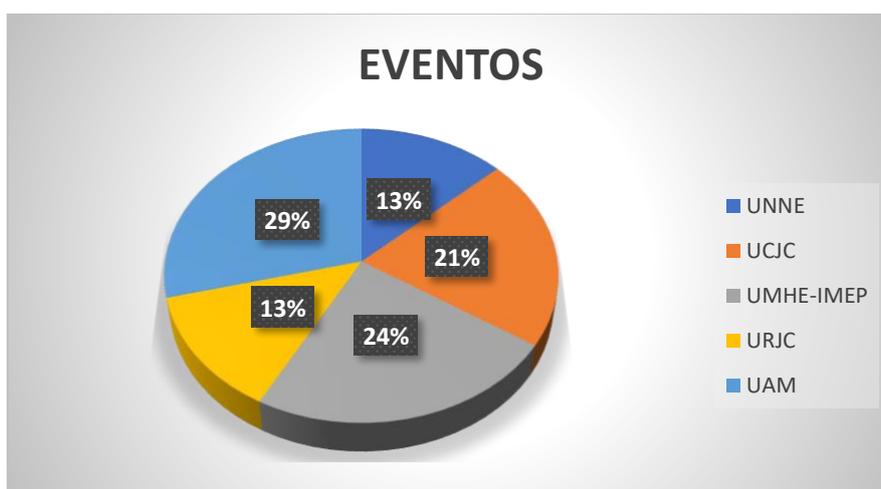
En cuanto al análisis realizado sobre los estudios de grado en organización de eventos, se extrae la siguiente información.

Gráfico 6. Asignaturas relacionadas con la comunicación en los títulos de grado



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7. Asignaturas relacionadas con los eventos en los títulos de grado



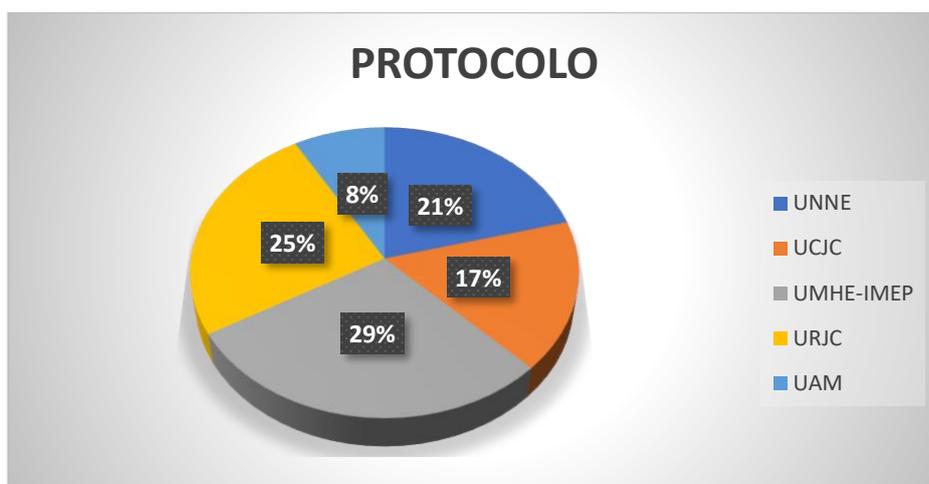
Fuente: Elaboración propia

Todos los títulos dedican a la gestión de la comunicación una importancia destacable, y bastante homogénea: desde el 25% del total de créditos que UCJC dedica a este ámbito,

al 14% de la UAM. Los demás títulos quedan dentro de esta horquilla: 22% UNNE, 20% IMEP y 19% URJC.

Igualmente, las asignaturas relacionadas con la organización de eventos tienen una presencia decisiva en todos los planes de estudio, que oscila desde el 29% en UAM hasta un 13% en UNNE y URJC respectivamente. Entre este porcentaje se encuentra IMEP con un 24% y UCJC con un 21%.

Gráfico 8. Asignaturas relacionadas con el protocolo en los títulos de grado



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9. Créditos de prácticas profesionales en los títulos de grado



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los créditos relacionados con el protocolo, se observa mayor disparidad, liderando IMEP con un 29% del total de créditos destinados a este ámbito. La UAM es la

que menor importancia le otorga, con un 8% del total. En esta horquilla se encuentran URJC con un 25%, UNNE con un 21% y UCJC con un 17% del total de asignaturas relacionadas con la disciplina del protocolo.

Y, por último, en cuanto a la cantidad de créditos que cada título destina a la realización de prácticas profesionales obligatorias, tanto UNNE como UCJC lo hacen con un 30% del total de sus créditos, el 20% ofrece UAM y un 10% destinan tanto URJC como IMEP.

Es de destacar que todos estos planes de estudio comparten una serie de asignaturas que dan cierta similitud a los programas puesto que el área de especialización suele estar bien definida. Entre las asignaturas y materias comunes en prácticamente todos los planes de estudios, se encuentran las siguientes: Organización de eventos, Protocolo, Producción, Escenografía, Habilidades directivas, Tecnologías aplicadas, Eventos culturales, académicos y deportivos, Creatividad, Restauración y catering, MICE, Gestión presupuestaria y Relaciones con los medios.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Una de las principales conclusiones que se extraen del presente estudio es que el ámbito privado apuesta más por la formación en organización de eventos que el público. Seis universidades privadas ofrecen un título en postgrado sobre eventos (CEU, UNNE, UOC, UCJC, UEMC, UMHE-IMEP) mientras que solo la URJC lo ofrece en el ámbito público.

Se observa, en este sentido, que cuatro de las universidades que ofrecen un máster en organización de eventos, también imparten un grado sobre este ámbito (UCJC, UNNE, UMHE-IMEP y URJC).

Asimismo, y teniendo en cuenta que la digitalización es una realidad en todos los sentidos, cada vez son más los títulos de postgrado que se ofrecen on line, de hecho, solo dos (URJC y CEU) de los siete títulos analizados, lo imparten exclusivamente de manera presencial.

La propia organización de un evento lleva implícita su comunicación, y esto se refleja en todos los planes de estudios. La mayoría de los eventos se organizan para obtener una repercusión, sin la comunicación no tendrían sentido ni podrían llegar a organizarse; otras muchas, la viralización en las redes de este evento puede llegar a tener más importancia que el evento en sí mismo, hechos que claramente se reflejan tanto en los

planes de estudio de máster como de grado. De hecho, la gestión de la comunicación ocupa una importancia destacada y bastante homogénea, tanto en grado como en máster, 24% en el caso de postgrado y un 25% en caso de grado. El espacio que la disciplina del protocolo ocupa tanto en grado y en máster es igualmente bastante destacable, llegando al 29% en caso de grado y a un 22% en postgrado. Resultados que confirman la importancia de relacionar disciplinas tan afines como la comunicación y el protocolo con la organización de eventos para una formación acorde a los retos del sector. De hecho, tres de los cinco títulos de grado comprenden las tres acepciones (UNNE, UMHE-IMEP y URJC), mientras que en postgrado lo hacen cinco de los siete títulos que ofrece la universidad española (UMHE-IMEP, URJC, UOC, UEMC y CEU).

Con respecto a los créditos de prácticas profesionales que en ambas titulaciones dedican en sus planes de estudio, se observa mayor dedicación en grado, llegando a un 30% el porcentaje más alto, mientras que en postgrado se queda en un 23% el máximo. Dato que resulta incoherente cuando los títulos de postgrados deben tener un carácter más profesionalizante que los de grado.

En cuanto al espacio que los títulos de postgrado le brindan al correcto manejo del entorno digital, y teniendo en cuenta la importancia que tiene este ámbito para la organización de eventos en la actualidad, se observa todavía cierta carencia en los planes de estudio de postgrado, con un porcentaje que oscila entre el 7% y el 17% en el mejor de los casos. Con respecto a las herramientas sobre habilidades para la dirección y el liderazgo de equipos, todos los títulos dedican su espacio destacando UMHE-IMEP con un 21% mientras que UNNE lo hace con un 9%, todos los demás títulos de postgrado dedican un 14% del total de sus créditos a este aprendizaje.

Volviendo a la revisión bibliográfica, se ha comprobado que las trayectorias profesionales mutan de acuerdo con los escenarios laborales, por lo que se debería establecer una interrelación más precisa entre perfil-tarea/función-especialización. Autores como Doménech y López (2016); Mellado (2007), Bello y Palau (2016); Sánchez, García, López y Vázquez (2019) coinciden abiertamente.

Otra conclusión importante que se extrae del presente estudio es que, pese al aumento de la demanda de un mercado laboral creciente en eventos y a la inversión de las empresas en esta herramienta de relaciones públicas, la oferta formal universitaria es

todavía tímida para un sector que genera tantos puestos de trabajo en nuestro país. En este sentido, Herrero y Perelló (2016) llevaron a cabo un estudio comparativo entre los diferentes planes de estudio de los títulos universitarios, con el objetivo de analizar la situación de los planes de estudio en este ámbito con respecto a los países miembros de la UE. Con la presente investigación, cuatro años más tarde, se comprueba que la inclusión de la organización de eventos -y protocolo- en la oferta universitaria sobre el ámbito, sigue siendo escasa si tomamos en cuenta las cifras económicas que mueve.

Con este trabajo se ha tratado de ir un paso más allá, poniendo de relieve las posibles carencias que los planes de estudio de los títulos de postgrado sobre eventos pueden presentar a la hora de dar respuesta a los retos del sector, como por ejemplo reforzar el ámbito digital, o aumentar los créditos dedicados a las prácticas profesionales para ofrecer al alumno una formación con una visión verdaderamente profesionalizante.

Como futura línea de investigación se propone profundizar en la realidad profesional con una entrevista a los responsables de las agencias de eventos que forman parte de la AEVEA, única Asociación de agencias de eventos en España y que representa a la mayoría de las agencias de eventos del país. De esta manera, los profesionales del sector aportarían su visión y punto de vista sobre la formación en eventos que ofrece la universidad española para continuar perfilando y mejorando la oferta académica de acuerdo con los retos que presenta el sector

6. REFERENCIAS

AEVEA (2015). I Informe sobre la situación de los eventos en España. Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA) y PR Noticias. Recuperado de: <https://bit.ly/2mfAKuz>

ALMANSA MARTÍNEZ, A. y GODOY MARTÍN, F. J. (2012). El Community manager en las principales empresas de España: una aproximación a su formación y su situación laboral. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 18, 57-65. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40887

BAKHSI, H., DOWNING, J., OSBORNE, M. Y SCHNEIDER, P. (2017), *The future of skills. Employment in 2030*. Londres. Pearson and Nesta. Recuperado el 20 de enero de: <https://futureskills.pearson.com/research/assets/pdfs/technical-report.pdf>

BORA-BOIRA, E. (2016). El protocolo y su importancia en la gestión de la Comunicación corporativa. En M. Perlado, C. Cachán, y M. Ramos, (eds). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*, 25-38. Madrid. Editorial Dykison.

BICHISAO, G. MORA, M. Y PIZZI, E. (2019). *Horizon 2030. Looking ahead to challenges and opportunities*. Banco Europeo de Inversiones y Deloitte. Luxemburgo. Recuperado el 20 de marzo de: <https://www.eib.org/en/publications/horizon-2030>

CARRETERO, S., VUORIKARI, R., & PUNIE, Y. (2017). *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use*. Publications Office of the European Union. Luxemburg. <https://doi.org/10.2760/38842>

CARRILLO DURÁN, M.V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(2), 22-46. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.2.04>

CASTELLÓ MARTÍNEZ, A. (2010). *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales online*. Alicante: Editorial ECU.

DOMÉNECH FABREGAT, H. Y LÓPEZ RABADÁN, P. (2012). Las competencias profesionales en el ámbito de la especialización periodística. Propuesta de coordinación docente para los estudios de grado. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 18, 283-292. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40982

FTI-AMETIC (2012). *Perfiles profesionales más demandados de la industria de contenidos digitales en España 2012-2017*. Madrid: Fundación Tecnologías de la Información. Recuperado el 04 de febrero, de: <https://bit.ly/2Xl2iPy>

GALMÉS CEREZO, M. Y VICTORIA MAS, J. (2012). La organización de eventos en el contexto de las Comunicaciones Integradas de Marketing (IMC): el valor de la experiencia. *Pensar La Publicidad. Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias*, (1), 15-34.

GARCÍA FUENTE, D., GÓMEZ DE CASTRO, A. Y RIVAS MACHOTA, A. (2013). *La importancia de la comunicación de las organizaciones a través de los eventos. Un caso de estudio: la presentación de la Guía Repsol 2012*. Recuperado el 01 de marzo, de <https://bit.ly/2UTIH92>.

GARCÍA-RUIZ, R. & PÉREZ-ESCODA, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 18(2), 1-15. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1580>

FENICH, G, SCOTT-HALSELL, S., OGBEIDE, G. & HASHIMOTO, K. (2014). What the Millennial Generation from Around the World Prefers in Their Meetings, Conventions, and Events. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(3), 236-241, <https://doi.org/10.1080/15470148.2014.929993>

GRUPO EVENTOPLUS (2018). *Estudio de Mercado 2018. El evento como generador de valor estratégico*. Recuperado el 10 de febrero, de: <https://bit.ly/2tI9iIZ>.

GUEVARA MANZO, G. (2019). *El turismo MICE, el segmento de mayor crecimiento potencial para España*. Recuperado el 26 de marzo, de: <https://bit.ly/2URFW6W>.

HERRERO, J.C. y PERELLÓ, M. M. (2016). La enseñanza del protocolo y la organización de eventos en el espacio europeo de educación superior: análisis comparado de los planes de estudio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 437-455. doi: <https://doi.org/10.5209/ESMP.55606>

INFORMA BTL (2018). *Estudio Anual de Inversiones en Below The Line (BTL)*. Recuperado el 04 de abril, de: <https://bit.ly/2keAaMS>.

INFORME PR (2018). *Estudio realizado Torres y Carrera, y PRNoticias*. Recuperado el 15 de abril, de: <https://bit.ly/2usydKE>.

INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (2019). *The International Association Meetings Market 2017*. Recuperado el 27 de marzo, de: <https://www.iccaworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=4036>.

LENDERMAN, M. Y SÁNCHEZ PÉREZ, R. (2008). *Marketing experiencial: la revolución de las marcas*. Madrid. ESIC Editorial.

LINDSTROM, M. (2007). *Brand sense. Convierta su marca en una experiencia de cinco sentidos*, México. Grupo Editorial Patria.

MELLADO, C., SIMON, J., BARRÍA, S. Y ENRÍQUEZ, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 23, 139-164.

PALOMO TORRES, B. Y PALAU-SAMPIO, D. (2016). El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación. *El profesional de la información*, 25, 2, 188-195.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.05>

PEDRERO-ESTEBAN, L.M. Y ALCUDIA, M. (2020). Los nuevos perfiles del profesional radiofónico en el entorno digital. En M. Perlado, N. Grijalba y H. Vivar. (eds.). *Sociabilidad digital y empleabilidad en Comunicación*. Zamora: Comunicación Social Ediciones.

PEDRERO-ESTEBAN L.M. Y PÉREZ_ESCODA, A. (Eds.) (2020). *Cartografía de la comunicación postdigital: Medios y audiencias en la sociedad de la COVID-19*. Pamplona: CIVITAS-Thomson Reuters.

PERLADO, M. y SAAVEDRA, M. (2017). *Los estudios universitarios especializados en comunicación en España*. Barcelona: UOC.

PORTUGAL, M.C; BECERRA, L; VICTORIA, J.S. (2016). El protocolo y el ceremonial como disciplina académica: análisis de los estudios universitarios oficiales en España. *Estudios Institucionales*, 3, 5. 137-156.

RANKING ICCA (2018). *Ranking mundial de Congresos*. Recuperado el 16 de enero, de: <https://www.hosteltur.com/tag/icca>.

ROCA PRATS, L. (2014). *La comercialización de eventos en hoteles*. Madrid. Ed. Síntesis.

RODRÍGUEZ-FERNÁNDEZ, L. (2018). Percepción de los estudiantes universitarios sobre el sector profesional de la comunicación corporativa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 24 (2), 1677-1690. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62240>

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, L.; CASTILLO ESPARCIA, A. (2020). Protocolo: análisis de los estudios universitarios oficiales en España. *Doxa Comunicación*, 30, 211-227.

RODRÍGUEZ-ROMERO, L.M. y FERNANDEZ-CAMACHO, C. (2021). *Introducción a las Relaciones públicas*. Madrid: McGraw Hill.

RUCT (Registro de Universidades, Centros y Títulos), (2020). Recuperado el 30 de mayo, de: <https://www.educacion.gob.es/ruct/home>.

SÁNCHEZ-GARCÍA, P., GARCÍA-OROSA, B., LÓPEZ-GARCÍA, X. y VÁZQUEZ-RODRÍGUEZ, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos* Nº 45. 157-177.

SAN CRISTÓBAL, Ú. (2017). ¿Acción, puesta en escena, evento o construcción audiovisual? Una breve introducción al concepto de performance en humanidades y en música. *Cuadernos De Música, Artes Visuales Y Artes Escénicas*, 13(1). <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae13-1.apee>

SEVERT, D, YOUCHENG, W., PO-JU, C y BREITER, D. (2007). Examining the motivation, perceived performance, and behavioral intentions of convention attendees: Evidence from a regional conference. *Tourism Management*, 28(2), 399-408. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.003>

TENCH, R., ZERFASS, A., VERHOEVEN, P., VERCIC, D., MORENO, A., & OKAY, A. (2013). Competencies and Role Requirements of Communication Professionals in Europe. Insights from quantitative and qualitative studies.

YONGHEE, K., PEARL. M., & HANQIN, Q. (2015). Experiential learning: Being a real-event planner. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 15(4), 382-401. <https://doi.org/10.1080/15313220.2015.1073575>

Forma de citar este artículo:

BORAU-BOIRA, E. (2021). La formación universitaria española sobre organización de eventos: retos del sector. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 11(21), 97-120. Recuperado el __ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-21-2021-06-97-120>.