



Régimen jurídico-administrativo de las entidades gestoras en la organización de eventos de las universidades españolas.
Especial referencia al Programa ACTUAL de la Universidad de Almería.

Tutor: D. Raúl Pérez Guerra
Profesor del área de Derecho Administrativo

Alumna: M^a Elisa Álvarez Siles
Grado en Gestión y Administración Pública.

Curso Académico: 2012-2013



Régimen jurídico-administrativo de las entidades gestoras en la organización de eventos de las universidades españolas.
Especial referencia al Programa ACTUAL de la Universidad de Almería.

Tutor: Raúl Pérez Guerra

Alumno: M^a Elisa Álvarez Siles

**PARTE PRIMERA: EL POR QUÉ DE LA CREACIÓN DE LAS OFICINAS
GESTORAS DE EVENTOS EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS**

RESÚMEN	4
ABREVIATURAS	7
1. INTRODUCCIÓN	8
2. ENTIDADES GESTORAS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS: UN SERVICIO TURÍSTICO	11
2.1. ESTUDIO	11
2.2. RÉGIMEN JURÍDICO	14
2.2.1. Universidades	16
2.2.2. Fundaciones colaboradoras de las Universidades	18
2.2.3. Empresas privadas	18
3. JUSTIFICACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE ESTOS SERVICIOS EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS	19
3.1. JUSTIFICACIÓN	19
3.2. OBJETIVOS	22
3.3. ASOCIACIÓN DE OFICINAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS	23

**PARTE SEGUNDA: PUESTA EN VALOR DEL PROGRAMA *ACTUAL* EN LA
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA**

4. EXPERIENCIA DEL PROGRAMA ACTUAL EN LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA	27
4.1. ANTECEDENTES	27
4.2. IMPLANTACIÓN DEL PROGRAMA	28
4.2.1 Régimen jurídico	30
4.3. PUESTA EN MARCHA DEL PROGRAMA	33
4.3.1. Situación de partida	33
4.3.2. Dependencia orgánica y funcional	34
4.3.3. Objetivos y valores	35
4.3.4. Líneas estrategias	35
4.3.5. Recursos materiales y humanos	38

4.3.6. Seguimiento y evaluación del proyecto	38
4.4. GESTIÓN Y SERVICIOS QUE SE OFRECEN	39
4.4.1. ¿Qué servicios ofrece ACTUAL a la comunidad universitaria?	40
4.4.2. ¿Cómo se ofrecen estos servicios y cómo se financian?	45
5. CONCLUSIONES	47
6. AGRADECIMIENTOS	49
7. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	50
7.1. PUBLICACIONES	52
7.2. PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS	53
7.3. INFORMES	53
7.4. WEBS	53
8. ANEXOS	55
I. ANEXO. LEGISLATIVO	55
II. ANEXO. TABLA INFORMATIVA DE LAS OFICINAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EXISTENTES EN TODAS LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS.	55
III. ANEXO. ESPACIOS QUE EN LA ACTUALIDAD SON SUSCEPTIBLES DE PODER SER UTILIZADOS EN LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA.	62

PARTE PRIMERA

**EL POR QUÉ DE LA CREACIÓN DE LAS OFICINAS GESTORAS DE EVENTOS EN
LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS**

El presente Trabajo Fin de Grado tiene por objeto el diseño e implantación de un nuevo servicio en una Universidad Pública. Podemos definir Servicio desde un punto de vista económico, según la Real Academia Española como *“la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”*. Deducimos que todo servicio, por lo tanto, responde a una necesidad, a una demanda.

El servicio al que hacemos mención, estará dedicado a la organización de actos y eventos y está clasificado como un servicio turístico¹. La Constitución Española² en su Art. 148.1.18 dice que las Comunidades Autónomas podrán asumir competencias en la *promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial*. En España todos los Estatutos de Autonomía han desarrollado estas competencias, al hacerlo se convierte en una competencia exclusiva de cada Comunidad, ellas dictan las normas y las ejecutan. Competencia en cuanto al Derecho Administrativo y su correspondiente legislación administrativa, ya que desde el punto de vista del Derecho Civil o Mercantil, corresponde al Estado la creación de las normas.

También hay que destacar que este servicio se prestará dentro de la universidad, unas serán privadas y la mayoría públicas. Las Administraciones públicas pueden realizar actividades privadas. No obstante el presente trabajo no ha tratado entre la disquisición existente en el Derecho, entre lo Público y lo Privado, en aras de la brevedad.

La universidad española está al servicio de la de la sociedad y debe cumplir con las funciones que por Ley le vienen impuestos en el Art. 1 de la Ley Orgánica

¹ LEY 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. TÍTULO V. DE LA ORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA. CAPÍTULO I. De los servicios, actividades y establecimientos turísticos Sección 1.ª De los servicios turísticos y actividades con incidencia en el ámbito turístico. Artículo 28. Servicios turísticos. 1. Tienen la consideración de servicios turísticos los siguientes: f) Las actividades dirigidas a la organización de congresos, convenciones u otro tipo de eventos vinculados a la actividad empresarial.

² Constitución Española, 1978. (BOE núm. 311 de 29 de diciembre)

6/2001 de Universidades³. Estas funciones van más allá de la simple docencia y la preparación para el ejercicio de las actividades profesionales. La Universidad Española tiene el deber de colaborar con la difusión, la valoración y la transferencia del conocimiento científico, ya sea a través de la cultura, la creación artística o la difusión crítica del mismo.

Debido a la situación económica actual todos los ingresos públicos se han reducido y ello ha afectado directamente a la prestación de servicios. En este contexto se hace difícil decidir que servicios son los que deben mantenerse y de cuales se puede prescindir. Por lo que resulta complicado proponer la creación de un nuevo servicio.

Dentro de los Principios Generales que deben regir en toda Administración Pública, según el Art. 3 de la Ley 30/92 del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común⁴, se encuentra el Principio de Eficacia y su actuación se regirá por el criterio de eficiencia. Argumento que encontramos en la argumentación del Real Decreto-ley 14/2012⁵, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo:

“En la actual coyuntura económica se hace necesario mejorar la eficiencia de las Administraciones Públicas en el uso de los recursos públicos, con objeto de contribuir a la consecución del inexcusable objetivo de estabilidad presupuestaria derivado del marco constitucional y de la Unión Europea. En materia de educación, el objetivo común perseguido es proporcionar a las Administraciones educativas un conjunto de instrumentos que permitan conjugar los irrenunciables objetivos de calidad y eficiencia del sistema educativo con el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y su ineludible reflejo en la contención del gasto público y en la oferta de empleo público”.

³ Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (BOE núm. 89 de 13 de abril)

⁴ Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. (BOE. Núm. 285 de 27 de noviembre)

⁵ Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. (BOE. núm. 96 de 21 de abril)

Este trabajo no pretende justificar la creación de un nuevo servicio basado en una demanda real del mismo. El documento, parte de una descripción de la situación actual de las universidades como generadoras de eventos y pretende responder a unas sencillas cuestiones:

¿Es viable crear nuevos servicios en las universidades, dentro del contexto de crisis en el que nos encontramos?

¿Cuál es el valor añadido que ofrece a la universidad la creación de una oficina de organización de eventos?

¿Está la universidad preparada para acoger y utilizar este nuevo servicio que se pone a su disposición o quizás los promotores responsables de estas actividades por desinterés o desconocimiento, prefieren seguir utilizando otros métodos de organización?

Este documento, aborda estas cuestiones a partir de unas definiciones básicas que relacionan la transmisión del conocimiento con la organización de actividades universitarias. Todo ello dentro del gran motor económico de nuestro país que es el turismo, y si concretamos: el turismo de negocios o de reuniones.

ABREVIATURAS

BOE	Boletín Oficial del Estado
BOJA	Boletín Oficial de la Junta de Andalucía
BOP	Boletín Oficial de la Provincia
BORM	Boletín Oficial de la Región de Murcia
CCAA	Comunidades Autónomas
CE	Constitución Española
LRJPAC	Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común
LTA	Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía
OPC	Organizadores profesionales de congresos
RTA	Registro de Turismo de Andalucía
UAL	Universidad de Almería
UE	Unión Europea

1. INTRODUCCIÓN.

La creación y acumulación de conocimiento y su aplicación efectiva y real en procesos productivos es uno de los pilares de las denominadas “sociedades del conocimiento” (Bell, 1994; Castells, 2001). Esta base de conocimiento puede darse tanto a nivel individual, por la acumulación de experiencias y aprendizaje o por la interrelación entre personas y organizaciones, lo que lo convierte en un aprendizaje interactivo. Estos procesos de aprendizaje pueden tener lugar entre empresas y organismos de investigación o universidades. Llegados a este punto, la universidad ha ido adquiriendo un papel importante como creador y productor de conocimiento, son fuentes de conocimiento. Estos flujos dan lugar a resultados que se traducen en patentes, licencias y Empresas de Base Tecnológica. La difusión del conocimiento conjunto surge de colaboraciones entre la universidad y la empresa orientadas a su publicación o presentaciones en congresos.

El personal docente e investigador de las universidades españolas asiste a congresos, cursos, talleres, seminarios de formación didáctica ya sea como oyentes o como ponentes exponiendo sus investigaciones o publicando sus artículos científicos. Estas asistencias son valoradas en su currículum tanto para acceder a una plaza de profesor, como para la obtención de diferentes complementos económicos. Además es necesario que esas actividades sean promovidas por instituciones y asociaciones científicas de carácter nacional o internacional: universidades. También se les valora la organización de eventos científicos.

Las instituciones públicas o privadas con competencias en la materia o fines relacionados con la investigación científica, convocan ayudas específicas para la transmisión del conocimiento, lo que se traduce en la organización de Congresos, Jornadas, Seminarios, etc. Algunas de esas ayudas centran en un campo concreto de investigación como: “[Plan de Actuación Séneca](#). Programa Jiménez de la Espala, de movilidad, Cooperación e Internacionalización. Consejería de Universidades, Empresa e Investigación de la Región de Murcia”. Otras convocatorias son generales como el [Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Economía y Competitividad](#). Las Universidades también convocan este tipo de ayudas, ejemplo es la propia Universidad de Almería

dentro de su [Plan Propio de Investigación 2013](#). Este apoyo económico ya sea público o privado, ayuda a los investigadores a la hora de promover la organización de congresos o jornadas.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo⁶, en el año 2011 visitaron España 57'7 millones de turistas internacionales, un incremento del 2,7% respecto a 2010. España actualmente está en el 4º lugar del ranking mundial por llegada de turistas extranjeros (58,7%) por detrás de Francia, Estados Unidos y China. De los motivos por los que los turistas visitaron España en el año 2011, el segundo lugar fue por trabajo y negocios. El ranking anual de la International Congress and Convention Association (ICCA)⁷, sitúa a España en el tercer puesto a nivel mundial en número de eventos de reuniones celebrados en 2011, por debajo de Estados Unidos y Alemania.

A pesar de la crisis económica, en nuestro país el sector de convenciones y congresos experimentó en 2011 una evolución positiva al incrementar un 1% las llegadas internacionales y un 1'57% el gasto. En total en 2011 hubo ingresos superiores a los 520 millones de euros⁸. Todo ello sin incluir el dato del mercado nacional de reuniones, que genera una actividad muy importante. Este tipo de turismo tanto internacional como nacional tiene un componente laboral y formativo junto a un importante componente de ocio. Se trata de un turismo altamente rentable, con unas importantes expectativas de desarrollo en un futuro inmediato.

Podemos definir al turismo de negocios como el “conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes”⁹.

De esta definición interpretamos que estos encuentros están destinados al intercambio del conocimiento en distintas áreas de la actividad humana. Además es un turismo que se diferencia del resto en cuanto a que puede realizarse en cualquier época

⁶ Organización Mundial del Turismo. Informe 2012

⁷ International Congress and Convention Association (ICCA)

⁸ Marca España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España

⁹ Ramos, G. (2005 El turismo de negocio en México)

del año, no es estacional. Por último destacar su contribución a la generación de negocios e intercambio comercial.

Podemos clasificar los actores que participan en esta actividad turística, desde un punto de vista general:

Generadores de Eventos: organizaciones e instituciones tanto públicas como privadas que utilizan estas reuniones para lograr objetivos: comerciales, culturales, científicos,..

Operadores Profesionales: aquí entrarían las agencias de viajes con departamentos especializados en la gestión de este tipo de reuniones y los organizadores profesionales de Congresos (OPC's). Ambos dan al cliente un servicio especializado en el sector. Podemos definirlos como: *“profesionales dedicados a la organización, dirección y control de congresos, ferias, convenciones y otros eventos de naturaleza análoga y cualquier otra actividad que profesionalmente requiera un congreso, pudiéndolas llevar a cabo directamente o subcontratándolas a terceras personas o sociedades”*.¹⁰

Entidades captadoras de este tipo de turismo. Suelen estar creados con fondos públicos, privados o mixtos. Este tipo de entidades buscan la captación de este tipo de turismo en su territorio para dar negocio a sus asociados. Aquí nos encontramos con una gran variedad y tipología de organizaciones: Patronatos de Turismo, Cámaras de Comercio, Ayuntamientos etc. Pero quiero destacar por encima de los demás a los Convention Bureau que son instituciones sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es la promoción de su ciudad en el mercado de reuniones, así como la captación de congresos y convenciones, aparecen en Europa en los años 60, el primero que se creó en España fue el de Barcelona en el año 1983, seguido del de Madrid en 1984.

A partir de aquí la cuestión sería, que porcentaje de este negocio es generado por las Universidades Españolas, y cómo estas deben saber aprovechar y gestionar esta riqueza que generan y sacar partido de todo ello.

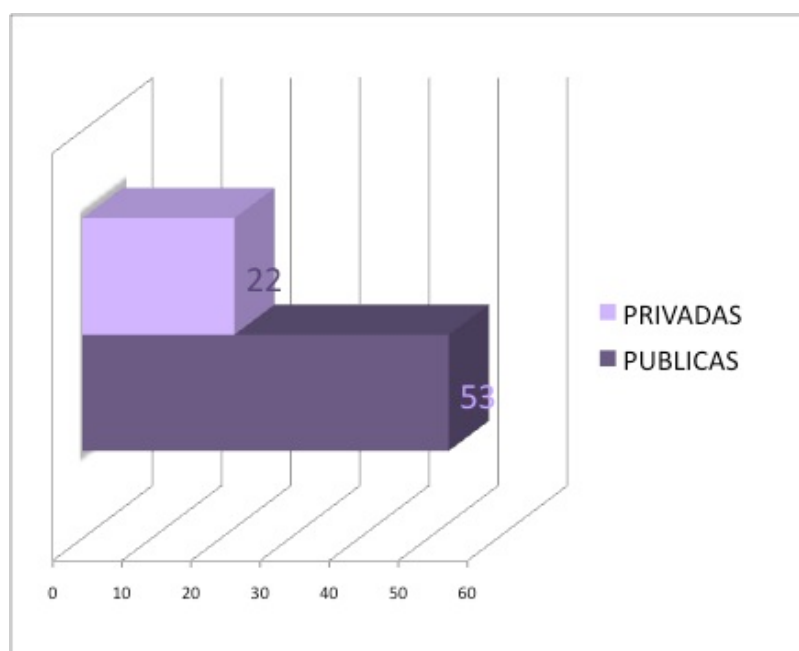
¹⁰ Decreto 280/2007, de 3 de agosto, regulador de los Organizadores Profesionales de Congresos de la Región de Murcia. (BORM. núm183 de 9 de agosto)

2. ENTIDADES GESTORAS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS: UN SERVICIO TURÍSTICO

2.1. ESTUDIO

Para llevar a cabo este Trabajo hemos realizado un breve estudio, en el que me puse en contacto con todas las Universidades Españolas, tanto públicas como privadas y a su vez con las oficinas responsables de la organización de congresos y eventos. Según la página web de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, hay un total de 75 Universidades, de las cuales 55 son Públicas, 20 son Privadas y de la Iglesia Católica. Dentro de las Universidades Públicas hay 2 que son dependientes del Ministerio que tenga asignadas las competencias en materia de Universidades.

UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

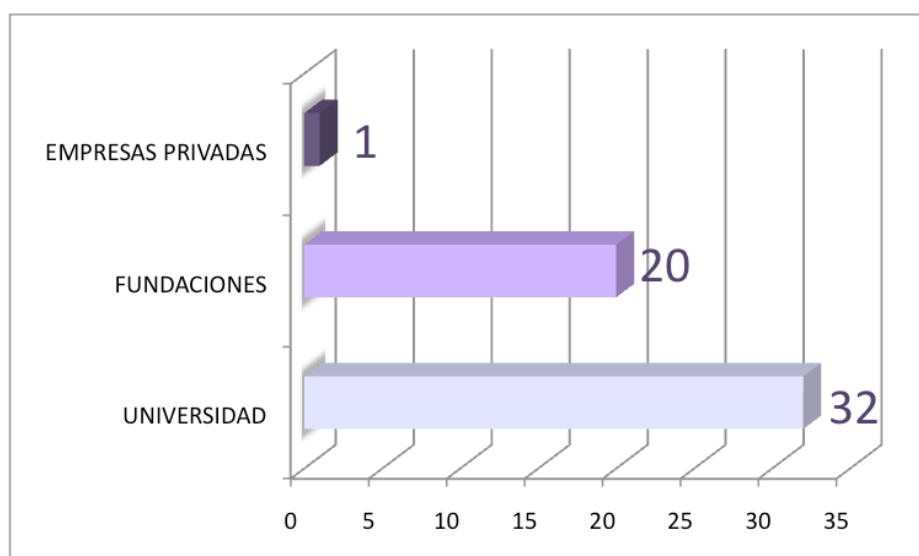


El 90 % de los estudiantes universitarios están matriculados en universidades públicas, y éstas son responsables del 97% de la producción científica total del sistema.

En el Anexo I de este trabajo aparece una tabla detallada todas las Universidades Españolas, clasificadas por Comunidades Autónomas, donde aparecen los siguientes datos: nombre de la Universidad, si es pública o privada, si existe en ella una oficina gestora de la organización de eventos, y si es así de quien depende orgánica y funcionalmente. En la última columna pongo un enlace a su página web.

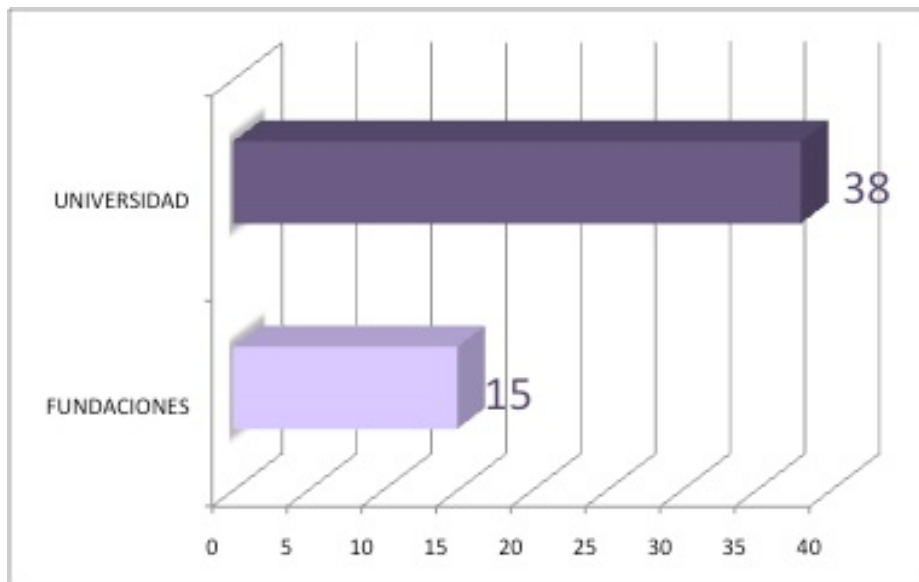
Como suele ocurrir dentro de la organización de las universidades españolas, cada universidad, en sí misma, tiene una particular forma de gestionar estos servicios. Tras hacer una interpretación de los datos recogidos, observamos que dentro de las 53 Universidades Públicas que hay en España todas gestionan este tipo de actividades, 20 de ellas son Fundaciones de la Propia Universidad, 32 la propia Universidad, y sólo 1 es responsabilidad de una empresa privada.

UNIVERSIDADES PÚBLICAS: Gestión de las Oficinas de Gestión de Eventos



Continuando con las **Universidades Públicas**, de las 53 que existen, 38 tienen oficinas especializadas, 20 de ellas gestionadas por Fundaciones. El resto, es decir 15 no las tienen pero gestionan ellas mismas estos actos, a veces es el propio gabinete de rectorado (especializado en protocolo oficial universitario), la unidad de relaciones internacionales o el Departamento en el que esté el docente responsable del acto.

UNIVERSIDADES PÚBLICAS: Gestión de las Oficinas de Gestión de Eventos



En el caso de las **Universidades Privadas y dependientes de la Iglesia Católica**, todas las oficinas son gestionadas por la propia Universidad. Al preguntar qué servicio de la Universidad era el responsable, nos contestaban que la oficina de prensa, protocolo; marketing; eventos; comunicación etc. Es decir, que cuentan con oficinas profesionalizadas encargadas de estas actividades no académicas.

Si lo pensamos, tiene su lógica ya que sabemos que las Universidades Privadas que no dependen de la Iglesia Católica, la figura jurídica que hay detrás de ellas es una Fundación. Es decir una entidad sin ánimo de lucro, pública o privada que necesita autofinanciarse, por lo que debe cuidar su imagen corporativa a través de servicios que ofrecen a sus clientes.

Lo habitual, a la hora de organizar congresos, seminarios, jornadas u otro tipo de acto no oficiales, en las Universidades Públicas es que se contase con la participación de algún becario contratado al efecto o con la colaboración del Personal de Administración y Servicios.

2.2. RÉGIMEN JURÍDICO

La actividad turística como objeto del Derecho cuenta con diferentes sujetos que intervienen: los turistas, el sector turístico y la administración turística. El papel de la administración es muy importante juega un papel de moderador del sector y se implica normalizándolo. Se puede hablar de un Derecho del Turismo cuyo principal objetivo es la regulación de la inspección y de los operadores turísticos.

Al Derecho Administrativo del Turismo lo definimos como un “conjunto de normas de Derecho Público que regulan los distintos sectores turísticos, y que vienen a definir los requisitos y condiciones que se exigen para ejercer la actividad turística”¹¹.

En el Turismo de Congresos encontramos por un lado las administraciones con competencias en la materia, los operadores turísticos y los empresarios y, por otro lado, el cliente, el turista o usuario de los servicios.

Las Empresas involucradas en este tipo de turismo es mayor a otro tipo de turismo como por ejemplo el de Sol y Playa. Aquí nos encontramos con las agencias de viaje especializadas y los Operadores Profesionales de Congresos (en adelante OPC's). A su vez, hay muchas otras empresas que complementan a este tipo de Turismo ofreciendo servicios de mediación, transportes, alojamiento, restauración y ocio.

Las relaciones jurídico-privadas entre clientes y organizadores, no escapan al Derecho Privado. Por otro lado el Derecho Público como garante del interés general tanto de consumidores como usuarios de dichos servicios tiene la responsabilidad de legislar en esta materia.

Se quiere destacar la importancia de las Administraciones Públicas en este tipo de Turismo, sólo desde el poder público puede garantizarse el derecho al turismo y a la libertad de empresa dentro de este marco. Así la Administración debe crear normas reguladoras del Turismo de Reuniones o Convenciones, organización de eventos, ferias, congresos, simposios, conferencias y supervisar dicho régimen jurídico.

¹¹ Joaquín Peñarubia Iza. Promoción y ordenación del turismo de congresos. Reflexiones en torno al OPC. Derecho y Turismo

Las empresas especializadas en este tipo de Turismo tienen dos problemas, por un lado ser reconocidas como “especializadas” y por otro lado el intrusismo existente. En este punto la Administración ha ayudado poco, ya que no existe una normativa específica para ellos, sino que, salvo excepciones (Comunidad Murciana y Cántabra)¹², las Comunidades Autónomas a la hora de legislar no los han regulado, cosa que sí han hecho con las Agencias de Viajes e incluso algunas normas autonómicas reservan a éstas la tarea de mediación turística. Es decir, se les da a las Agencias la exclusividad en la intermediación y la prestación de determinados servicios. Ello ha dado lugar a que aparezcan diferentes Asociaciones de Profesionales como OPC Andalucía, u OPC España, por citar algunas, cuyo objetivo más importante es “erradicar el intrusismo y la competencia desleal”.

Como indicaba la Comunidad Autónoma de Murcia regula con el Decreto 280/2007, a los Organizadores Profesionales de Congresos de la Región de Murcia. En 14 artículos concreta sus objetivos, los define, establece sus fines y funciones y regula los requisitos que deben tener para poder registrarse como tales. Este Decreto los dota de identidad propia, estableciendo derechos y obligaciones, de tal forma que garantiza la profesionalidad y ello repercute en la calidad del servicio.

Dentro del [Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015](#) del Gobierno de España, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, se aboga por la unificación, dentro de lo posible, de las diferentes normativas autonómicas existentes en materia de turismo.

Poco a poco se va avanzando, no sólo porque las autoridades están siendo más conscientes de la necesidad de una regulación propia, sino porque otras instituciones también están ayudando y apoyando a estas empresas. Como ejemplo, recientemente a las OPC's se las ha autorizado para que puedan disponer de su propia “Q” turística, sello de Calidad del Instituto para la Calidad Turística de España. Esta entidad destaca a las OPC,s como “empresas que desarrollan las funciones de consultoría, planificación,

¹² Decreto 280/2007, de 3 de agosto, regulador de los Organizadores Profesionales de Congresos de la Región de Murcia. (BORM. núm183 de 9 de agosto).

Decreto 49/2011, de 19 de mayo, por el que se regula la actividad de mediación turística desarrollada por agencias de viajes, centrales de reservas y organizadores profesionales de congresos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria. (BOC núm. 105 de 2 de junio)

organización, dirección y control de congresos, ferias, convenciones y otros eventos de naturaliza análoga”.

Para concluir, sería necesario que todas las comunidades autónomas cuenten con su propia normativa de OPC's igual que lo tienen de las agencias de viajes. Es la forma de reconocer al Operador Profesional de Congresos su actividad, imponiendo derechos y obligaciones y dando una mayor seguridad jurídica al sector. Ello favorecería a la lucha contra el intrusismo y la merma de calidad en el sector.

2.2.1. Las Universidades

Las Universidades. La gran diferencia entre ellas es su carácter público o privado.

- **Universidades Públicas.** Su creación viene regulada en la Ley Orgánica de Universidades 6/2001, modificada por la también ley Orgánica 4/2007. Prestan un Servicio Público, por lo que su financiación también lo es casi al 100%. Ello quiere decir que la mayor parte del importe de la matrícula del alumno está financiado con dinero público.
- **Universidades Privadas.** La Constitución Española, en su Art. 27, reconoce la libertad de enseñanza así como la libertad de las personas físicas y jurídicas, para crear centros docentes, dentro del respeto a los principios constitucionales.

De conformidad con los artículos 53.1 y 81.1 de la Constitución Española, la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril por la que se modificada la Ley Orgánica 6/2001, de diciembre, de Universidades (LOM-LOU), regula los principales aspectos relativos a las condiciones y requisitos para el reconocimiento, funcionamiento y régimen jurídico de las Universidades Privadas, añadiendo que tendrán personalidad jurídica propia adoptando alguna de las formas admitidas en Derecho.

Detrás de estas Universidades podrá haber una Sociedad Anónima, como es el caso de la Universidad Privada Internacional de Burgos, la Universidad Camilo José Cela.

Una Fundación Docente Privada, como es el caso de la Universidad Francisco de Vitoria.

La financiación en estas universidades procede fundamentalmente, del pago por prestación de servicios, siendo mayoritaria la actividad formativa frente a la actividad investigadora.

Universidades de la Iglesia Católica, su creación se ajustará según la Disposición Adicional 4ª de la (LOM-LOU)¹³, a lo dispuesto en los acuerdos entre el Estado y la Santa Sede.

Hay otras Universidades dependientes del Ministerio cuyo reconocimiento de creación queda reflejado en la Disposición Adicional 1ª de la (LOM-LOU)¹⁴, como es el caso de la UNED y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

¹³ Disposición adicional cuarta De las Universidades de la Iglesia Católica

1. La aplicación de esta Ley a las Universidades y otros centros de la Iglesia Católica se ajustará a lo dispuesto en los acuerdos entre el Estado español y la Santa Sede.

2. Las Universidades establecidas o que se establezcan en España por la Iglesia Católica con posterioridad al Acuerdo entre el Estado español y la Santa Sede de 3 de enero de 1979, sobre Enseñanza y Asuntos Culturales, quedarán sometidas a lo previsto por esta Ley para las Universidades privadas, *a excepción de la necesidad de Ley de reconocimiento*.

Inciso «a excepción de la necesidad de ley de reconocimiento» del párrafo primero in fine del número 2 de la disposición adicional cuarta, declarado inconstitucional por Sentencia TC (Sala Pleno) de 5 junio 2013, en los términos de su fundamento jurídico 10, que declara que el principio constitucional de seguridad jurídica (art. 9.3 CE) también reclama que -en el asunto que nos ocupa- esta declaración de inconstitucionalidad sólo sea eficaz pro futuro, esto es, en relación con nuevos supuestos o con los procedimientos administrativos y procesos judiciales donde aún no haya recaído una resolución firme.

En los mismos términos, los centros universitarios de ciencias no eclesiásticas no integrados como centros propios en una Universidad de la Iglesia Católica, y que ésta establezca en España, se sujetarán, para impartir enseñanzas conducentes a la obtención de títulos de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, a lo previsto por esta Ley para los centros adscritos a una Universidad pública.

¹⁴ Disposición adicional primera De las Universidades creadas o reconocidas por Ley de las Cortes Generales.

Las Cortes Generales y el Gobierno ejercerán las competencias que la presente Ley atribuye, respectivamente, a la Asamblea Legislativa y al Consejo de Gobierno de las Comunidades Autónomas, en cuanto se refiere a las Universidades creadas o reconocidas por Ley de las Cortes Generales, de acuerdo con lo establecido en el artículo 4, y en atención a sus especiales características y ámbito de sus actividades, a la Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Al igual que en las diversidades privadas, las universidades de la Iglesia Católica, también se financian a través del pago de la prestación de servicios. Tanto en estas como en las privadas el coste de la matrícula puede llegar triplicar el coste de una universidad pública.

2.2.2. Fundaciones que colaboran con las Universidades.

La mayor parte de las Universidades Españolas cuentan con Fundaciones de régimen público o privado de las que ellas mismas son miembros fundadores. Dentro las actividades más comunes que estas Fundaciones realizan se encuentran la formación, concesión de becas, promoción de la investigación y la inserción laboral.

Las actividades encomendadas a estas entidades por parte las Universidades, crece en número y variedad. En el caso de la gestión de eventos hay algunas Fundaciones que llevan 20 años como es el Caso de la Universidad Autónoma de Barcelona o 1 año como la Universidad de Almería.

Entre las Fundaciones y las Universidades existen convenios de colaboración que regulan las actividades que estas realizan. En el caso de la organización de eventos, si la Fundación es Privada, ésta puede además, inscribirse como “Organizador Profesional de Congresos” y darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas en este concepto y podrá ofrecer sus servicios también fuera de la propia Universidad.

2.2.3. Entidades Privadas.

Son Empresas dedicadas de forma profesional a la organización integral de eventos, desde la presentación de la candidatura, en caso de ser necesario, hasta la despedida de los asistentes. Estas entidades privadas conocidas como Organizadores Profesionales de Congresos (OPC’s) aportan rigor y calidad, a los eventos que realizan. En ocasiones las Agencias de Viaje, los Hoteles o los Palacios de Congresos cuentan con este tipo de servicio, creando para ello departamentos especializados. Algunas Universidades, las

Desestimación del Recurso de inconstitucionalidad núm. 1735-2002, interpuesto por el Parlamento de Navarra, por Sentencia TC (Sala Pleno) de 11 julio 2013, que declara la constitucionalidad de los preceptos legales estatales sobre creación y reconocimiento de universidades, institutos universitarios de investigación, centros adscritos y personal de administración y servicios.

menos, optan por esta vía, suelen sacar a concurso público la contratación de estos servicios. Como ejemplo puede ponerse a la Universidad de Santiago de Compostela cuya oficina está constituida como una S.L. Inicialmente se crearon como gestora de espacios y poco a poco fueron surgiendo peticiones de pequeños servicios como catering, alojamiento, que motivaron la reconducción hacia la prestación de éste y otro tipo de servicios relacionados con los congresos que tenían lugar en sus espacios.

Podemos destacar el caso de la Universidad de Sevilla cuya oficina es el resultado de un Convenio firmado entre la Universidad y el Consorcio de Turismo de Sevilla, la oficina está en el campus y es atendida por una persona dependiente de Turismo.

Llegados a este punto podemos plantearnos hasta qué punto a la universidad se la puede tachar de intrusita en este sector. Es evidente que las Fundaciones privadas que cuentan con este tipo de servicios, puede y deben darse de alta en los correspondientes registros oficiales como OPC's, además de en el Impuesto de Actividades Económicas, dentro de este concepto. Esto es así porque pueden ofrecer sus servicios, tanto dentro como fuera de la universidad. En el caso de las Universidades, es diferente se trata de entidades generadoras de estos eventos, que utilizan a su propio personal y sus espacios, contratando fuera servicios complementarios como el alojamiento, restauración y ocio.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE ESTOS SERVICIOS EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS.

3.1. JUSTIFICACIÓN

La Financiación del Sistema Universitario Español está influenciada por el cambio en el modelo social y económico presente, que le lleva a marcarse, entre otros, los objetivos de sostenibilidad y viabilidad.

Actualmente el 80 % de la financiación de las universidades procede de fondos públicos. La intención política es ir reduciendo ese porcentaje a través de fondos privados, sin subir excesivamente los importes de las matrículas. Por todos es conocido

que dentro de la universidad hay detractores de la llamada “mercantilización de la universidad”, pero tarde o temprano los equipos de gobierno de las universidades tendrán que rendirse a la evidencia y ser receptivos a aquellas actividades o iniciativas que fomenten la llegada de dinero privado.

La explotación de las instalaciones universitarias, de forma interna y externa, es una de las formas que tienen las universidades de obtener ingresos extraordinarios e incrementar su autofinanciación. Ello ha dado lugar a la aparición de nuevos servicios que, en algunos casos son creados por la propia universidad y en otros, son gestionados por sus Fundaciones o incluso entidades externas.

Estos están dedicados a la gestión integral de todo tipo de actos y eventos, entre los que destacan los congresos. Las Universidades son generadoras de este tipo de encuentros dentro de su labor de transmisión de conocimiento y pueden y deben sacar beneficio de ello.

Según datos de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), sus recintos acogieron en 2012, 4.647 eventos y 4.064.048 asistentes, como consecuencia de esta actividad, se ha generado un impacto económico de unos 1.300 millones de €. De esos 4.647 eventos, 405 fueron Congresos. Esta Asociación está formada por 37 miembros.

¿Cuántos Congresos se llevaron a cabo en 2012 las Universidades Españolas?, esta respuesta está pendiente de contestar. ¿Qué beneficio económico supuso para las Universidades?, tampoco tenemos estos datos pero estamos en camino de dar una respuesta positiva a esta pregunta. ¿Qué impacto económico supuso para la ciudad en cuestión?. Mi opinión es que seguro que fue importante.

En las Universidades existen una gran diversidad de actos que año tras año se realizan. Por una parte se encuentran los **actos académicos** que se rigen por las normas de Protocolo Universitario y por otro lado nos encontramos los actos de **carácter social**, no sujetos a las normas de protocolo universitario salvo en aquellas partes en las intervengan autoridades universitarias.

Como ejemplo de **actos de carácter social** pondré la siguiente tabla:

ACTOS RELEVANTES	OTROS ACTOS DE INTERÉS
Visitas de Estado	Conferencias de prensa
Inauguraciones	Ceremonias de homenajes y reconocimiento
Puesta de primeras piedras	Visitas importantes
Ofrendas	Presentación de Publicaciones
Firmas de Convenios	Conferencias, seminarios, foros, mesas redondas, jornadas, ...
Congresos	Cursos de verano
Asistencia a Ferias Nacionales o Internacionales	

No todos los eventos llevados a cabo en la Universidad tienen la misma relevancia, ni se sigue un patrón común a la hora de organizarlos. Por ello el Gabinete de Rectorado o el responsable de Protocolo se encarga de todos los actos académicos y oficiales, dejándose en un segundo plano la organización del resto de eventos.

Nadie discute la importancia de la imagen institucional en cualquier institución pública o privada. Sin embargo, no buscamos profesionales que nos asesoren a la hora de organizar un Congreso, lo habitual es seguir la dinámica que como asistentes hemos visto en otros y encomendar la tarea a algún colaborador formado sólo en tareas administrativas y burocráticas.

Otra de las justificaciones para llevar a cabo un esfuerzo a la hora de buscar profesionales que nos ayuden a organizar nuestros eventos es que éste proporciona numerosas oportunidades de comunicación, antes, durante y después de ser realizado. Es una forma de comunicación utilizada para conseguir atención hacia un producto, servicio u organización. Generan interés en los medios de comunicación hacia algo que no tiene, de por sí, naturaleza noticiosa.

Estoy convencida que cualquier miembro de la comunidad universitaria responsable de promover la organización de un Congreso, agradecería la existencia de un departamento asesor, en esta materia, que se encargase de la gestión integral del

mismo, ofreciéndole la oportunidad de centrarse únicamente en la labor científica del mismo.

Estas dos justificaciones, por un lado la parte económica y por otra el asesoramiento y gestión, sin olvidar la imagen que damos como anfitriones a nuestros asistentes, son las que hicieron surgir la necesidad de contar con este tipo de servicios en las Universidades Españolas.

3.2. OBJETIVOS

Los objetivos son estratégicos, por una parte están los económicos y aquí nos encontramos con una triple vertiente:

- **Explotación de las Instalaciones.** Hace unos años las Universidades no se planteaban la explotación comercial de sus instalaciones, entendían que las mismas formaban parte del servicio público que como institución debían ofrecer. Por ello se hacían cesiones de espacios para realización de exámenes de oposiciones, reuniones de otras entidades, jornadas, cursos, etc... Las Universidades eran el sitio ideal para llevarlas a cabo puesto que disponían de todos los medios estructurales y tecnológicos. Pero, qué pasa con el mantenimiento de esas instalaciones, no sólo se prestaban sino que además se asumían los gastos de limpieza, personal de conserjería, etc... al final repercutía negativamente en el presupuesto de la Universidad. Con el tiempo las universidades se dieron cuenta y empezaron a cobrar los gastos de utilización de los espacios, posteriormente los espacios en sí mismos.

En la gestión de los espacios universitarios, tampoco existe un criterio unificado en las Universidades Españolas, en algunos casos forman parte de las gestiones encomendadas a las Fundaciones, en otras lo hace la propia Universidad de forma global o por Centros. Actualmente en la mayoría de las Universidades se cobra por la utilización de los espacios universitarios. Pero no por cualquier actividad, suele tenerse en cuenta si son propias de la universidad y si están o no

relacionadas directamente con la enseñanza reglada o si están organizadas por entidades externas. No obstante el Rector tiene potestad para eximir del pago del alquiler y ceder gratuitamente el espacio.

- **Reducción en el coste de los servicios.** Las oficinas profesionalizadas de las Universidades o Fundaciones gestionan un gran volumen de eventos al año, eso las hace ser mas competitivas y obtener mejores precios en alojamientos, transporte, restauración, y otros servicios relacionados con la organización. De esta forma, los promotores ahorrarán en su presupuesto.
- **Asesoramiento.** Estas oficinas además asesoran a los promotores de las actividades en todos los ámbitos para que puedan tomar las mejores decisiones en cada parte de su proyecto, siempre cuidando la imagen de la institución y ofreciendo el mejor de los servicios a los asistentes.

3.3. ASOCIACIÓN DE OFICINAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS (OCUE).

La Asociación de Oficinas de Congresos de Universidades y Fundaciones Universitarias (OCUE) es una entidad sin ánimo de lucro, constituida en el 2011, que agrupa a los departamentos de las universidades y fundaciones universitarias españolas que se ocupan de la gestión de los eventos promovidos por los miembros de sus respectivas comunidades científicas y de acoger a los eventos de todo tipo que se celebran en las sedes universitarias.

Los estatutos de la Asociación especifican que su misión principal es: *“compartir conocimientos e intercambiar ideas y experiencias sobre la organización de eventos y la utilización de los espacios y servicios universitarios para este fin, y contribuir a la consolidación de las Universidades como lugares de encuentro y de organización de actividades, potenciando la visibilidad y el papel de las mismas en el mercado de la industria de reuniones”.*

La Asociación actúa también como motor de innovación e intercambio de servicios entre las Universidades, para atender los intereses tanto comunes como individuales de los asociados.

En el año 2006 se celebró en Barcelona el Primer Encuentro de las Oficinas de Congresos de las Universidades Españolas, desde entonces, cada año se celebra en una universidad diferente, el año próximo será la Universidad de Almería.

Las primeras reuniones se enfocaron principalmente a conocerse, saber cómo estaban constituidas, de quién dependían funcional y orgánicamente y que servicios ofrecían. En muchos casos el servicio de apoyo a la organización de congresos, jornadas y reuniones diversas, es una actividad secundaria derivada de la gestión por parte de las fundaciones, dentro de los cursos de formación continua. También había oficinas muy profesionalizadas, dedicadas plenamente a la organización de eventos ya fuese asumiendo íntegramente las funciones de OPC, ya fuese asumiendo además las funciones de promoción y de comercialización de espacios y servicios.

Todas las oficinas ofrecían la gestión integral de los eventos, el volumen de los actos que gestionaban anualmente iban desde 7 a 113, en ello influenciaba mucho el tiempo que llevaban funcionando. Todas organizaban actividades tanto dentro de las propias instalaciones de las universidades como fuera de ellas. Se daba el caso de que una fundación disponía incluso de un Hotel perteneciente a la universidad, dentro del propio campus, por lo que los asistentes a los diferentes actos, solían alojarse en él.

El cliente principal, y prácticamente único, de la mayoría de oficinas es la comunidad universitaria. Esto es así en tanto que, como se ha dicho, su función básica es dar servicio a esta comunidad. No se rechazan los clientes externos, normalmente otras instituciones, si solicitan este servicio a la universidad, pero no se les atrae específicamente.

En general, las oficinas organizan todo tipo de actividades, según demanda de los clientes: congresos, reuniones de todos los formatos, cursos, presentaciones, etc.

Casi todas las oficinas cuentan con algún instrumento de comunicación dirigido a sus clientes principales, normalmente la comunidad universitaria, por ejemplo página web. Muy pocas se plantean la captación de clientes externos, así que escasean las que disponen de “marca” comercial, folletos y otros instrumentos de promoción. La relación con el sector turístico, en general, se reduce a la relación con determinados proveedores. Pocas oficinas se relacionan con los agentes turísticos de su territorio, como por ejemplo los Convention Bureau de sus ciudades y otros organismos.

En aquellas primeras reuniones decidieron continuar el contacto, definiendo ámbitos de colaboración, como: compartir información de instalaciones, servicios, clientes, proveedores, formación, etc. También se plantearon incluso la posibilidad de consolidar estas relaciones con la creación de una Asociación. Hecho que se consolidó en 2011.

En el último encuentro celebrado este año en la Universidad Autónoma de Barcelona cuya oficina es gestionada por la Fundació Universitat Autònoma de Barcelona, estuvo marcado por la necesidad de difusión de la Asociación, se presentó la nueva página web, el logo para los asociados y se planteó la necesidad de participar en alguna Feria para captar congresos, señalando el mercado inglés. Por último se planteó la necesidad de comenzar la elaboración de un dossier de patrocinios, tanto para los encuentros de la propia Asociación, como para los Congresos o Actividades que organicen sus miembros.

PARTE SEGUNDA

EXPERIENCIA DEL PROGRAMA ACTUAL EN LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

4. EXPERIENCIA DEL PROGRAMA ACTUAL EN LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

4.1. ANTECEDENTES

Desde que el 29 de junio de 1993 el Parlamento de Andalucía creara la Universidad de Almería ya han transcurrido veinte años, durante los cuales han ido incorporándose, en la gestión de la universidad, una serie de decisiones estratégicas con el objetivo de mejorar la calidad y la imagen de la misma a la hora de organizar, realizar y ofertar sus servicios.

Este afán de superación y de adaptación, unido al contexto socioeconómico actual, la lleva una vez más a cuestionarse nuevas formas de ofrecer los servicios haciéndolos más eficaces, eficientes, a la vez, que rentables.

A nadie se le escapa la idea de que el mundo de los Congresos, también conocido con el nombre de turismo de negocios, mueve una gran cantidad de recursos económicos. Según un estudio de Spain Convention Bureau¹⁵ publicado en noviembre de 2011, que recoge todas las estadísticas del año 2010 referentes a organización de Congresos, las Universidades Españolas fueron generadoras del 9% de todas las reuniones a la vez que el 16 % de ellas se llevaron a cabo en instalaciones universitarias.

Los organizadores de Congresos son exigentes a la hora de buscar un destino, buscan un lugar atractivo desde el punto de vista turístico, un lugar accesible en cuanto a los medios de transporte, un lugar bien equipado con las últimas tecnologías que les permita desarrollar plenamente su actividad y por supuesto un organizador profesional que aporte calidad al evento. Las Universidades se están convirtiendo, y cada vez más, en destino de estos Congresos no sólo como generadoras de los mismos sino como receptoras.

¹⁵ Spain Convention Bureau (SCB). Estudio de medición de turismo de reuniones 2011. Este estudio se basa en la información remitida por cuarenta y seis de los cincuenta y tres destinos que actualmente están adheridos al SCB.

La Universidad de Almería con las instalaciones con las que cuenta, a las que hay que añadir la reciente inauguración del Paraninfo, reúne todas las características necesarias para ofrecer un destino de calidad dentro del mercado de reuniones.



4.2. IMPLANTACIÓN DEL PROGRAMA

Es difícil calcular el número exacto de eventos que se llevaron a cabo el año pasado en la UAL. Nos basaremos en algunos datos facilitados por el Servicio de Gestión Económica y que se refieren concretamente a: actualmente hay 21 centros de gastos abiertos a nombre de Congresos, 18 a nombre de Jornadas, 6 con seminarios, 3 a nombre de encuentros, 2 con conferencias, 1 con simposio, etc. En total, teniendo en cuenta otros años, hay más de 90 centros de gastos vivos relacionados con estas actividades. Todas ellas están realizadas por y en la Universidad de Almería, es decir, que somos los generadores de los mismos. La media de días que duran estas actividades, según datos de la sección de espacios del Servicios de Contratación, Patrimonio y Servicios Comunes de la Universidad de Almería, es de 3.

Si nos paramos a observar que tipo de zonas utilizan, nos damos cuenta que el tipo de espacios que suelen reservar para estos eventos, y por este orden, son: Salas de Grados, Auditorio, Salas de Juntas, Sala Bioclimática, Aula Magna y Salas de

Exposiciones. El uso de todas estas instalaciones están tarifadas en nuestra universidad. En el Presupuesto vigente para el año 2013, estos precios, son:

TIPO DE ESPACIO	PERIODO DE UTILIZACIÓN	
	MEDIA	COMPLETA
SALA PARANINFO	1.200,00 €	1.800,00 €
AULA MAGNA, AUDITORIO (*)	600,00 €	1.200,00 €
SALÓN DE ACTOS CTRA. RONDA	410,00 €	550,00 €
SALA DE GRADOS	345,00 €	500,00 €
SALAS DE JUNTAS	210,00 €	300,00 €
AULA TIPO B	345,00 €	500,00 €
AULA TIPO C	310,00 €	480,00 €
AULA TIPO D	240,00 €	350,00 €
AULA TIPO E	175,00 €	240,00 €
AULAS DE INFORMÁTICA	345,00 €	500,00 €
CARPA (**)	-	1.700,00 €

Hasta ahora ha sido política generalizada en las Universidades Públicas el no cobrar por sus instalaciones, cediéndolas para la celebración de actos de toda índole. Esto sin embargo ha cambiado, actualmente las Universidades utilizan su Patrimonio como fuente de ingreso. La universidad pública es, cada vez más, consciente de que no puede sostenerse únicamente con la subvención estatal o autonómica y busca nuevas vías de ingreso.

En el documento firmado por todas las Universidades Andaluzas: Modelos de Financiación de las Universidades Andaluzas”, se plantea que estas deben financiarse más por lo que hacen que por lo que son y que deben asumir una mayor responsabilidad por su propia sostenibilidad a largo plazo. Este Modelo persigue una financiación básica del 70 % y una financiación afecta a resultados del 30%.

El recién inaugurado Paraninfo, es un edificio equipado con las últimas tecnologías que cuenta con un aforo de 800 plazas. A título informativo, mencionar que el Auditorio Municipal de Almería cuenta con 950 asientos, el de Roquetas de Mar con un aforo de 1.200 y el Palacio de Congresos de Aguadulce con una capacidad para albergar a 1.160 personas.

Nuestra Universidad está preparada para recibir al conocido como turismo de reuniones o negocios, que abarca la parcela del mercado turístico que se ocupa de la organización de actos públicos o privados. No es disparatado pensar que algunos de los eventos que anualmente se realizan en nuestra provincia, en los espacios arriba mencionados, puedan llevarse a cabo en la UAL.

Además de estos grandes eventos que son los Congresos, en nuestra Universidad se realizan otro tipo de actos: jornadas, encuentros, mesas redondas, conferencias, exposiciones, etc., y tenemos la suerte de contar un espacio adecuado para cada una de ellos.

Llegados a este punto, la universidad se plantea cómo sacar partido a estos espacios y quién puede realizar dicha labor. Por su parte la Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería presenta un nuevo proyecto llamado “Programa ACTUAL”, que pretende ser una oficina de asesoramiento y organización de actos y eventos.

4.2.1. RÉGIMEN JURÍDICO

La Ley 12/2011, de 16 de diciembre, de modificación de la Ley Andaluza de Universidades (LAU)¹⁶, en su Exposición de Motivos señala que:

Las universidades andaluzas son un instrumento imprescindible para la modernización y progreso de Andalucía, por lo que el fortalecimiento de la educación, y en particular de las universidades, representa hoy la mejor inversión para el futuro.

La sociedad andaluza dispone de las generaciones de jóvenes mejor formadas de su historia, gracias, entre otras razones, a que disfrutan de un sistema universitario

¹⁶ Ley 12/2011, de 16 de diciembre, de modificación de la Ley Andaluza de Universidades (BOJA núm.251 de 27 de diciembre)

más potente y cualificado. La universidad andaluza forma parte del sistema universitario español y europeo, lo que requiere de un esfuerzo de coordinación permanente.

Esta plena incorporación del sistema universitario andaluz al Espacio Europeo de Educación Superior y al Espacio Europeo de Investigación y la sociedad andaluza actual, reclama a la universidad una activa participación en sus procesos de desarrollo personal y colectivo. Por ello, la misión de la universidad no puede limitarse exclusivamente a la generación y transmisión del saber; la universidad es también sin duda un agente esencial de valores que debe generar opinión y demostrar su compromiso con el progreso personal y social.

No olvidemos que la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades (LOU), modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (LOMLOU), regula entre las funciones encomendadas a la Universidad al servicio de la sociedad, la difusión, la valorización y la transferencia del conocimiento al servicio de la cultura, de la calidad de la vida, y del desarrollo económico. Para la promoción y el desarrollo de sus fines. Tal y como previó la LOU, la Universidad de Almería apostó por la creación de la Fundación Mediterránea con el objeto de facilitar el acercamiento entre el mundo universitario y la sociedad, favoreciendo líneas de actuación conjuntas. Para ello ambas entidades firmaron un Acuerdo Marco de Colaboración con fecha 14 de octubre de 2002 y un Convenio para la gestión de servicios con fecha 17 de diciembre de 2008, ejemplo de esto es el Acuerdo de Colaboración que ambas entidades firmarán para el Desarrollo y Gestión del Programa de *“Gestión de Actos y Congresos (ACTUAL)”*¹⁷. Convenio que se firmará con fecha 22 de mayo de 2012.

En los propios Estatutos¹⁸ de creación de la Fundación Mediterránea queda recogido, que para atender la finalidad principal de la misma, que es; *“la promoción y fomento de la educación, la cultura y la investigación tecnológica en el ámbito de la sociedad almeriense.”*, la Fundación *“colaborará en la difusión de las actividades de carácter científico, social y cultural de la Universidad de Almería, actuando como*

¹⁷ Convenio de Colaboración entre la Universidad de Almería y la Fundación Mediterránea para la creación y puesta en marcha del Programa ACTUAL, de fecha 22 de mayo de 2012.

¹⁸ Estatutos de la Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería

instrumento de colaboración para fomentar, desarrollar y promover la puesta en marcha de proyectos de formación, investigación y cualesquiera otras actividades que sean de significativo interés para la Universidad y la sociedad almeriense e, igualmente, para el desarrollo económico de la provincia de Almería , lo cual, podrá ser un motor importante que acreciente el fomento del empleo.”

Según lo expuesto, queda de manifiesto, la voluntad por parte de la Universidad de que la Fundación Mediterránea lleve a cabo labores de difusión del conocimiento científico, social y cultural fruto de la actividad académica y de la investigación. Esta transmisión de información a la sociedad, en forma de todo tipo de actos y congresos, podrá realizarse a instancias tanto de la propia institución, como de cualquier otra entidad pública o privada que precise de los servicios de este programa o de los espacios de la Universidad.

En los últimos años, la gran mayoría de universidades españolas han optado por la creación de Fundaciones, las cuales, tienen entre sus principales objetivos el acercamiento entre el mundo universitario y la sociedad en general, promoviendo determinadas líneas de actuación conjunta que favorecen en muchas ocasiones enormemente la aportación de amplios recursos económicos y/o el ahorro de costes por parte de la Universidad, así como la prestación de servicios complementarios con flexibilidad y calidad.

En la misma línea nuestros Estatutos¹⁹ exponen, dentro de las funciones de la Universidad de Almería (Art. 4) la de *“El apoyo científico y técnico al desarrollo cultural, social y económico”*.

Por otra parte, queda recogido en los mismos la función que tienen los Departamentos (Art. 14) para la *“organización de seminarios, cursos, actividades complementarias para estudiantes, así como promover su iniciación en la investigación y favorecer la práctica de actividades orientadas al servicio de la sociedad”*.

¹⁹ Decreto 343/2003, de 9 de diciembre por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de Almería. (BOJA núm. 247)

Por último es el Consejo de Gobierno, quien tiene entre sus competencias (Artículo 41), la siguiente:

“Establecer las líneas estratégicas y programáticas de la acción de la Universidad, así como las directrices y los procedimientos para su aplicación en los ámbitos de la organización de las enseñanzas, investigación, recursos humanos y económicos, y en la elaboración y gestión de sus propios presupuestos.”

En conclusión podemos decir que dentro de esas líneas, se encuentre la difusión del conocimiento científico, social y cultural generado en nuestra institución y que aquellos órganos de la Universidad con capacidad para la organización de seminarios, cursos y otras actividades, deben unificar la gestión de los mismos a través del nuevo programa. Ello redundará en una gestión profesional que mejorará la imagen de nuestra universidad a la vez que canalizará unos recursos económicos que hasta la fecha quedaban dispersos. Con dispersos nos referimos a que se contrataban empresas para llevar a cabo estas mismas acciones, con un coste muy superior. Además todos los recursos que se obtengan de la gestión repercutirá directamente en la propia universidad.

4.3. PUESTA EN MARCHA DEL PROGRAMA

4.3.1. SITUACIÓN DE PARTIDA

A pesar de que muchos promotores de los eventos que se llevan a cabo dentro y fuera de las universidades provienen del ámbito científico y próximo a ellas, éstas tardaron en plantearse jugar un papel activo, en este mercado, a pesar de que utilizaban sus instalaciones y servicios.

Estos promotores de actividades podrán ocuparse a partir de ahora sólo del contenido científico de las mismas, ahorrarán tiempo en sus gestiones y controlarán en todo momento el avance en la organización de su evento, gracias a la comunicación constante y fluida con ellos.

Este servicio pretende cubrir esas necesidades de atención personalizada, gestión eficaz y centralizada, y asesoramiento profesional. He aquí la base del papel activo que han tomado las universidades en esta materia. Por un lado ayudan a los miembros de sus comunidades a organizar todo tipo de actos, poniendo en marcha un servicio que los atiende, para estimular su celebración y poder capitalizar el prestigio que aportan. Por otro lado se rentabilizan las instalaciones, los servicios y el Patrimonio de la Universidad, ofreciéndola como sede de este tipo de actividades y haciéndola accesible, además, al conjunto de la sociedad.

Al tratarse de un nuevo servicio al principio puede resultar complicado la captación de actividades, tanto por desconocimiento de la comunidad como por las propias dificultades de poner en marcha la maquinaria del mismo.

Podemos encontrarnos con que algunos de los promotores estén habituados a trabajar con empresas externas o algún colaborador de la propia casa y esté satisfecho con sus servicios.

A favor, contamos con un proyecto de gestión de eventos, estudiado y meditado con el que algunas universidades llevan casi 20 años funcionando. Somos una institución pública con una imagen afianzada y fuerte, somos fuente de creación de actos, tenemos las infraestructuras y la ventaja de contar con un campus centralizado y único que ofrece muchos servicios a muy poca distancia, todo ello, dentro de un entorno peculiar y único en Europa.

Esta es una oportunidad que debemos aprovechar, tenemos conocimiento del éxito en otras universidades, contamos con los medios, y con un personal profesional y motivado. Además nuestros investigadores son conscientes de la necesidad de la transmisión del conocimiento y cada año se incrementan el número de actividades de difusión.

4.3.2. DEPENDENCIA ORGÁNICA Y FUNCIONAL

Este Servicio depende actualmente funcional y orgánicamente de la Fundación Mediterránea con la supervisión del Vicerrectorado de Estudiantes, Extensión

Universitaria y Deportes de la Universidad de Almería. Es un servicio de la Universidad gestionado por la Fundación Mediterránea.

4.3.3. OBJETIVOS Y VALORES

Esta idea que aquí se desarrolla no es nueva. Antes que nosotros unas 38 universidades españolas ya han puesto en marcha servicios similares, a estos unos 15 son gestionados por las Fundaciones de las respectivas Universidades.

El objetivo es doble, por un lado mejorar la imagen y “marca” de la universidad ofreciendo un servicio profesional de la gestión de eventos. Por otro lado, rentabilizar nuestras instalaciones y canalizar los fondos que antes se desviaba hacia otros profesionales en la organización de congresos, para que éste, pueda reinvertirse en nuestra institución.

Los valores que marcan el Programa ACTUAL, son; compromiso con la institución, actitud de servicio, integridad, trabajo en equipo y cuidado por el detalle. Estos valores se apoyan en la creencia de lograr la excelencia ofreciendo un trabajo ejemplar y profesional que satisfaga a los usuarios y a la propia universidad, en la medida que ello contribuya a dar una imagen fiel de la profesionalidad de sus servicios.

Dentro de la amplia diversidad de acciones que conlleva la organización de eventos hay una premisa: *hacer las cosas bien en la forma y tiempo predeterminados*. Esta apuesta por la calidad como logro de objetivos, se complementa con el deseo de que las tareas realizadas satisfagan los requerimientos y expectativas de los clientes actuales y los potenciales.

4.3.4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Líneas generales de actuación.

Es de vital importancia el compromiso de la Institución con este Servicio, en un primer momento el apoyo del Consejo de Gobierno, servirá de impulso para darnos a conocer dentro de la comunidad universitaria.

Una vez creado, los primeros pasos junto con la difusión, fueron los de llegar a acuerdos de colaboración con instituciones públicas y privadas que colaboren en la consecución de nuestros fines. De forma paralela se dieron de alta en el registro de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía como Organizador Profesional de Congresos (OPC). Certificado por la Consejería de Turismo y Deportes de la Junta de Andalucía: nº de registro 2012999901408346.

Las colaboraciones previstas son con: Convention Bureau Almería, Patronato de Turismo, Ayuntamientos, Diputación, y empresas privadas de diversa índole.

Actualmente no somos miembros del Convention Bureau de Almería porque ha cerrado, pero sí lo somos del Patronato de Turismo, salimos en la guía del Congresos que elabora el Área de Cultura del Ayuntamiento y tenemos varios proyectos de colaboración con Asociaciones de Empresarios del sector turístico así como acuerdos de colaboración con Empresas del mismo sector.

Tras la primera fase de asentamiento dentro de nuestra universidad, comenzará la difusión fuera de la misma con el objetivo de atraer todo tipo de eventos que por sus características puedan realizarse en nuestro Campus. No sólo se ofrecerán las infraestructuras sino también se ofertará la organización integral del mismo. De echo durante el mes de junio y julio se han celebrado en el Paraninfo varios festivales de baile de Academias de Danza de la capital.

Dentro del servicio habrá una función comercial importante encargada de negociar las mejores condiciones, para los mejores servicios, sin que repercuta en la calidad de los mismos. El fin, ahorrar costes a los promotores de los eventos.

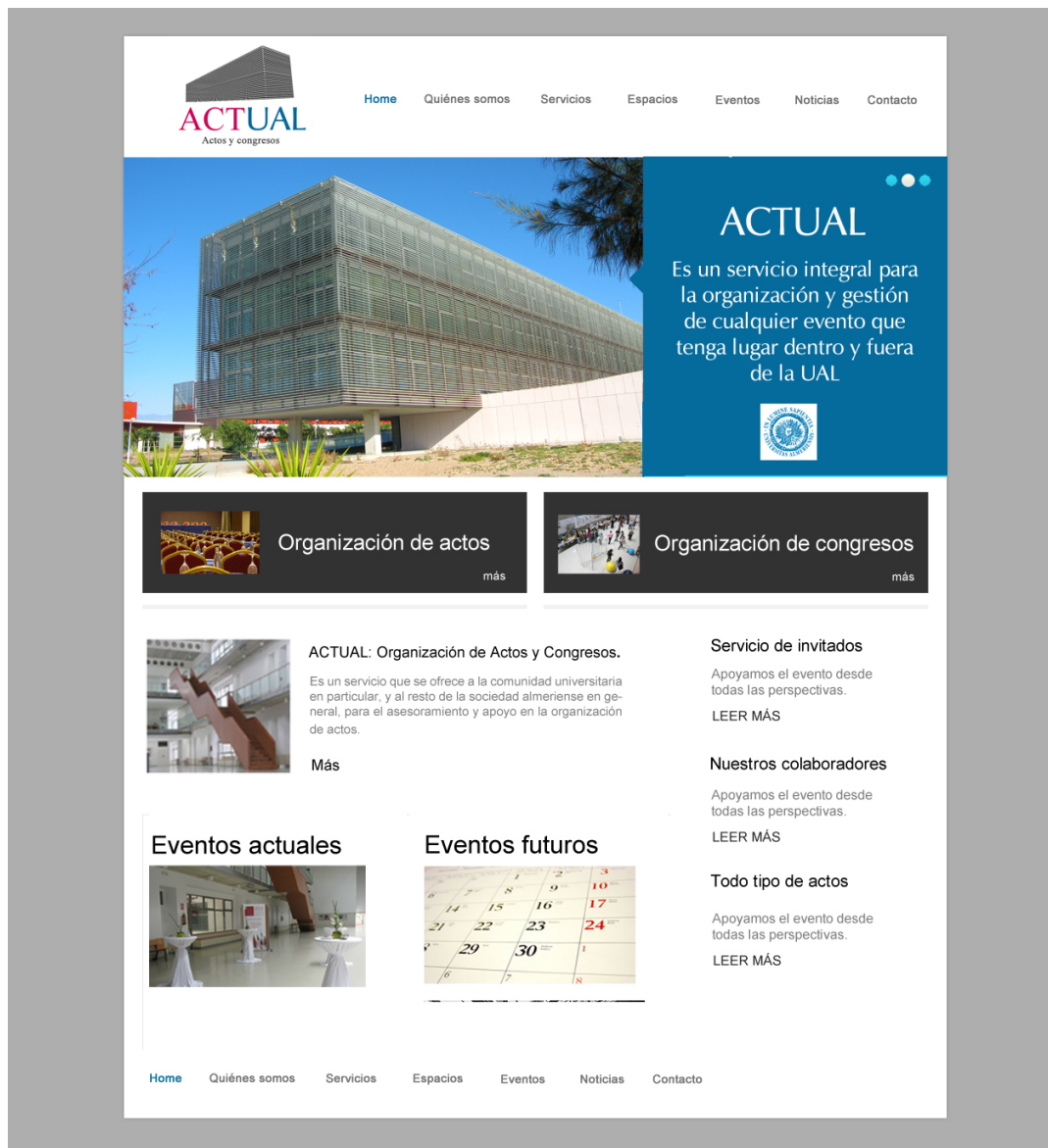
Detrás de estas acciones habrá una campaña de imagen y difusión de los actos que se organicen, apoyada por la página web, y los boletines informativos que periódicamente se difundan. El Gabinete de Comunicación de la Universidad, colabora con nosotros publicando notas de prensa de los eventos que realizamos.

Desde 2012 también somos miembros de la Asociación de Oficinas de Congresos de Universidades y Fundaciones Universitarias, uno de los objetivos de esta

Asociación es conseguir para sus asociados Congresos rotativos. Es decir, Congresos que año tras año se realizan, que lo hagan contando con las universidades asociadas.

Página Web del Programa ACTUAL

La página web es dinámica, intuitiva y accesible. Al entrar en ella se percibe de forma rápida que se ofrece y a quien va dirigida. Es sencilla de usar, con una clara definición de contenidos. En la web hay un acceso restringido a los organizadores de las actividades dónde pueden consultar de forma online los datos de su presupuesto. El enlace a ACUTAL estará en la página principal de la universidad, concretamente: **“Congresos y eventos”**.



4.3.5. Recursos materiales y humanos

- **Materiales.-**

El servicio está ubicado en la primera planta del Edificio del Centro de Atención del Estudiante (C.A.E.), concretamente en las dependencias administrativas de la Fundación Mediterránea.

Esta situación le permite utilizar sus infraestructuras tanto mobiliarias como tecnológicas, compartiendo teléfono, fax, etc.

- **Humanos.-**

Se cuenta con personal formado académicamente en la materia, que además posee experiencia en la organización de eventos. Hay 2 administrativos y una Coordinadora.

En mayo de este año se realizó un curso de formación en “Auxiliares de Protocolo”, a través del Centro de Formación Continua de la Universidad de Almería, dirigido a alumnos de la Universidad para que puedan ayudar en los actos que se organicen. De esta forma formamos a nuestros colaboradores y damos una oportunidad de trabajo a nuestros alumnos. Esta formación contó con una parte práctica y una teórica con tres módulos. Uno dedicado a la imagen institucional e importancia de la marca, otro con nociones básicas de protocolo y un tercero sobre la organización de eventos.

Un total de 28 personas asistieron al mismo, la parte práctica se realizó en el IX Campeonato de Fútbol Universitario, dónde fueron voluntarios en la Ceremonia de Apertura y en la Recepción Oficial. Ambos actos fueron organizados por el Programa ACTUAL.

4.3.6. Seguimiento y evaluación del proyecto

Anualmente se elabora una Memoria de Actividades realizadas y un Plan de actuación dónde quedan reflejados todos los actos organizados, su evaluación y los objetivos estratégicos para cada año. A finales del año 2012, tras casi un año de funcionamiento, de los 23 objetivos que se plantearon como estratégicos para ese año, el grado de cumplimiento fue del 68%. A partir de ahí se hizo una matriz DAFO, y se plantearon nuevos objetivos estratégicos, funcionales y de gestión para el año 2013. Estos nuevos objetivos se dividieron en cuatrimestres y se asignaron a nivel de Dirección del Programa y a nivel Administrativo. La estimación para el año 2014, hoy por hoy, es de 7 congresos ya contratados más otro tipo de actividades que por su naturaleza no es necesaria empezar a organizarlas con un año de antelación, sino que los promotores se ponen en contacto con nosotros unas semanas antes.

4.4. GESTIÓN Y SERVICIOS QUE SE OFRECEN

La gestión está basada en la atención personalizada al cliente.

- **Actos de carácter Social**

En la primera parte de este trabajo comentaba que no todos los eventos llevados a cabo en la Universidad tienen la misma relevancia, ni se sigue un patrón común a la hora de organizarlos y señalaba una tabla con los principales tipos de actos de carácter social que suelen celebrarse en las universidades.

El servicio que se presta abarca todos los actos de este tipo enumerados. Siempre en colaboración con los responsables de llevar a cabo los actos oficiales susceptibles de organizarse siguiendo las normas del Protocolo Universitario y teniendo en cuenta, la presencia de las autoridades académicas en los mismos.

- **Pasos a Seguir:**

En la gestión y planificación de todo evento hay una serie de pasos ordenados que deben seguirse para la óptima organización de los mismos, quizás el acto que cuente más dificultad en su organización sea un Congreso Internacional.

En la Universidad para organizar una actividad de cualquier tipo nos encontramos con una gran cantidad de trámites en distintas unidades o servicios y a esta dificultad le unimos el desconocimiento del promotor de la actividad.

Este servicio ofrece la unificación de todos los trámites a través de una única oficina. Los promotores estarán informados en todo momento de los avances en la organización tomando todas las decisiones importantes que afectan a su evento.

4.4.1. ¿Qué servicios ofrece ACTUAL a la comunidad universitaria?

El primer encuentro con el cliente es crucial para conocer sus necesidades y presentar las respuestas que podemos dar a las mismas, orientándolo en la organización y dándole a conocer todos los servicios de los que disponemos. La comunicación con el cliente sería continua.

Inicialmente se definiría el tipo de evento, el objeto y objetivo del mismo, una lista previa de requisitos para su celebración tales como posibles fechas y duración aproximada, número previsto de asistentes, idiomas, financiación, etc.

A continuación se buscaría el lugar más apropiado para su realización y si fuese necesario, antes de cerrar la fecha definitiva, se consultaría la posibilidad de hospedaje en los Hoteles, previendo su posible coincidencia con otros eventos.

En resumen:

¿Qué?	Naturaleza del evento, contenido
¿Cuándo?	Fecha de comienzo, duración, días de la semana
¿Dónde?	Sede de celebración; medios transporte, aparcamientos, salas, capacidad, servicios, acceso para minusválidos, facilidades para evacuación.
¿Quién?	Autoridades, participantes, congresistas, invitados, ponentes, otras personalidades
¿Cómo?	Desarrollo, programa, recursos propios y ajenos.

Entre los servicios ofertados dentro y fuera de la comunidad universitaria, específicos para congresos, podemos señalar:

- Definir, planificar y organizar, conjuntamente con nuestros clientes, los elementos esenciales del congreso: objetivos, lugar y fechas de celebración, duración, presupuesto y posibles vías de financiación (subvenciones y ayudas de instituciones públicas y privadas, patrocinio de firmas comerciales, etc.), conjunto de actos programados, con especial atención a los de inauguración y clausura, y cualesquiera otras cuestiones relacionadas con el mismo.
- Proporcionar los locales donde vaya a celebrarse el congreso.
- Establecer un plan general de todas las fases de la organización del congreso y, en su caso, un plan de marketing.
- Preparar campañas de promoción del congreso, incluyendo el diseño, edición y distribución del material promocional.
- Seleccionar y contratar a los proveedores de bienes y servicios necesarios para el desarrollo del congreso: equipo técnico de medios audiovisuales, azafatas, guías de turismo, personal técnico y auxiliar, etc.

- Tramitar las autorizaciones administrativas cuya obtención sea necesaria para el desarrollo del congreso.
- Organizar los diferentes eventos sociales, actos de promoción, ruedas de prensa y otras actividades relacionadas con el congreso, y supervisar su desarrollo.
- Supervisar y coordinar el desarrollo de los distintos actos programados, incluyendo el registro y acreditación de los participantes, la entrega de documentación, la distribución de las salas en función de la asistencia efectiva a cada acto, el establecimiento de un sistema claro de letreros direccionales, y cuantas otras tareas resulten necesarias para la adecuada atención a los participantes en el congreso.
- Organizar los diferentes actos protocolarios del congreso, en especial los de inauguración y clausura, y supervisar su desarrollo.
- Aquellas otras funciones de asesoramiento, planificación, organización, dirección y control de congresos que hayan asumido contractualmente.

- **Fases del Congreso**

En la tabla que aparece a continuación hay una relación muy exhaustiva de todas las fases por las que pasaría la organización de un Congreso, haciendo una diferenciación entre el pre-evento, el evento en sí y el post-evento. Este formulario se convierte en acciones a realizar según los deseos, criterios y gustos del promotor, esas acciones son los servicios que se ofrecen a los clientes y que acabamos de mencionar.

ANTES DEL EVENTO

Propósito del mismo	Intercambio de experiencias
	Conferencias de Expertos
	Solución de problemas
	Publicidad
	Transmisión de conocimientos
	Intercambio de resultados
	Contactos sociales
Entidad	Quién está a cargo de la entidad; Asociación, Departamento, Facultad, ...
	Quién toma las decisiones en materia científica
	Quién toma las decisiones en materia política

organizadora: Nacional o Internacional	Quién paga las facturas
	Quién se hace cargo del pago en caso de déficit (aval)
	Quién obtiene las ganancias en caso de superávit
	Quiénes subvencionan
Participantes y otro tipo de asistentes	Participantes activos/miembros delegados
	Acompañantes miembros delegados
	Estudiantes
	Becados
	Ponentes invitados
	VIP's
	Prensa
	Participantes técnicos/Expositores
	Empleados
Segmentación de los participantes y asistentes	Edad
	Sexo
	Nivel socio-económico
	Origen / nacionalidad
	Profesión
	Motivación
Duración del encuentro	Contenido programa científico
	Número de días
	Estructura del encuentro
	Número de habitaciones
	Sesiones plenarias
	Sesiones simultáneas
	Sesiones paralelas
	Contenido del programa cultural
	Workshops o talleres
	Sesiones libres
	Sesiones de creatividad o “brainstorming”
	Facilidades para exposiciones
Fecha del encuentro	Desde punto de vista precios: temporada, alta, media o baja
	Mejores servicios
	Clima
	Festividades
	Celebraciones otros encuentros simultáneos
Conferenciantes invitados	Coste de los desplazamientos
	Alojamiento en hoteles
	Tarifa profesional
	Tarifa del evento en sí
Material impreso	Distintivo o logotipo

	Papel/sobres/mail
	Primer anuncio
	Programa provisional
	Programa final
	Resumen de ponencias
	Diario del evento
	Catálogo de la exposición
	Pósteres
	Bonos
	Invitaciones
	Menús (celíacos, diabetes, otros...)
	Certificados
Sede del Congreso / Infraestructura	Adaptación a las necesidades del encuentro y duración: equipos audiovisuales, traducción simultánea, ordenadores circuito de televisión, videoconferencias, impresoras, fotocopadoras, ordenadores, señalización, etc.
Exposiciones	Exposición científica
	Exposición comercial / técnica
	Servicios especiales
Actos sociales	Planning del programa
	Actos dentro y fuera del presupuesto
	Ceremonias de inauguración y recepción de bienvenida (Rector, Alcalde)
	Actos culturales
	Cena y fiesta de despedida
	Almuerzos de trabajo
	Excursiones
	Excursiones pre/post-congreso
Gestión de invitaciones	Listado de participantes
	Asociaciones nacionales
	Congresos previos
	Prensa profesional
	Embajadas
Publicidad / prensa	Conferencias de prensa
	Boletín informativo
	Prensa profesional
	Entrevistas a los conferenciantes personalidades asistentes al evento
	Actividad profesional (periodista)
Presupuesto y prefinanciación	Todos los artículos y servicios necesarios deben ser presupuestados y financiados. El presupuesto será gestionado y se elaborará un informe de liquidación del mismo
Secretaría Técnica	Cómo trabaja y quienes la forman

	Establecer metodología de trabajo
	Agenda de encuentros de coordinación
	Volumen de trabajo

Estas cuestiones deber ser respondidas por el cliente y asesoradas por nosotros.

DURANTE EL EVENTO

La secretaría	Punto de contacto físico para solventar cualquier tipo de incidencia
La entrega de documentación	Área prevista para recibir a los asistentes, dar acreditaciones y entregar la documentación
Inauguración	Ordo, presidencia, (protocolo)
Las sesiones	Espacio, intérpretes, traductores, material informático, de sonido, etc.
Resto de servicios a coordinar	Secretaría técnica, científica exposición y cultural
La clausura	Ordo, presidencia (protocolo)

POST-EVENTO

Tours post-evento	Intercambio de experiencias
Prepuestro	Liquidación y pago de facturas
Control de Calidad	Encuestas de satisfacción
Resumen de prensa	Dossier de Prensa
Publicaciones	ISBN, publicación de actas, libros, etc.

4.4.2. *¿Cómo ofrecemos estos servicios y cómo se financian?*

- **Espacios.-**

Partiendo de uno de nuestros principales objetivos que es el de rentabilizar nuestras instalaciones se hizo la siguiente propuesta:

La idea se basó en que desde un primer momento, a la hora de hacer la reserva de cualquier espacio, pueda identificarse de forma clara si esa actividad a realizar forma parte o no de la labor normal de la universidad desde el punto de vista académico y si está relacionada con la enseñanza oficial.

En los presupuestos de la UAL para el año 2013 se especifica en su Art. 8.5 de las Normas para ejecución del Presupuesto de la Universidad de Almería:

El precio del alquiler de los espacios tendrá un descuento del 75% para los miembros de la comunidad universitaria que organicen actividades recogidas en el punto 3 del presente artículo. Están exentos los cursos de Enseñanzas Propias, de verano, de Otoño, de Extensión, cursos del EVA-SUE y del Centro de Lenguas.

Dentro del Campus virtual cuando entramos en la reserva de espacios nos encontramos con:

Reservas@UAL

Conectado como: ealvarez

Solicitar Consultar

Solicitud de Reserva

1. Seleccionar Horario > 2. Seleccionar Recursos > 3. Introducir Datos económicos > 4. Resumen

Los campos obligatorios están marcados con *

Datos del solicitante

Nombre: María Elisa Álvarez Siles
Unidad / Dpto. / Centro: Consejo Social
Teléfono: 950281356
Email: ealvarez@ual.es

Datos de la Actividad

* Nombre:
valor obligatorio

Horario de la Reserva

* Rango de Fechas: -
valor obligatorio

Día	Hora de Inicio	Hora de Fin	Acción
Lunes	de 08:00	a 09:00	<input type="button" value="Eliminar"/>
Lunes	----- 00	----- 00	<input type="button" value="Guardar Franja horaria"/>

Una vez aquí si accedemos a la Consulta de ocupación o espacios libres podemos hacer nuestra reserva sin más. Sin embargo si lo que queremos es reservar recursos informáticos o el espacio es para alguna actividad fuera de las actividades docentes y académicas propias de la universidad que conlleva el cobro de la asistencia a la misma, el formulario nos pedirá nuestro Centro de Gastos para proceder al oportuno cargo.

Si los interesados en ocupar espacios de la Universidad son entidades externas, esa reserva de espacio será gestionada directamente por el área de reserva de espacios y una vez tramitada en el Servicio de Contratación, se remitirá al

Servicio de Asuntos Económicos los datos necesarios para que la Universidad pueda facturar. Estos ingresos van directos al Capítulo 5, Art. 54 del Presupuestos de Ingresos por Alquiler de Aulas y otros recintos universitarios y se podrá disponer de él libremente ya que no está vinculado a ninguna partida, convirtiéndose en un incremento de gastos corrientes.

En el ANEXO II de este trabajo se pueden consultar todos los espacios de la universidad y su capacidad.

- **Servicios.-**

Tras el cuestionario inicial, la coordinadora del Programa se hace una idea del volumen del trabajo de la actividad y del presupuesto de ingresos y gastos. Los trabajos de gestión y asesoramiento, arriba detallados, tendrán un coste un tanto por ciento del Presupuesto global de la actividad, que nunca será superior al 10%.

También se ofrece el servicio de captación de patrocinio gestionadas por ACTUAL tendrán un coste a negociar con el promotor sobre la cantidad que se obtenga para la financiación del evento.

El asesoramiento y presentación de documentación para la participación en la convocatoria de ayudas y subvenciones que se convoquen por los diferentes organismos, no tienen ningún coste.

Por otra parte habrá una serie de servicios gratuitos ofertados a toda la comunidad como la gestión de una base de datos que requerirá del correspondiente soporte, seguimiento y comprobación constante de los datos. El procedimiento de creación, actualización y explotación de la Base de Datos Institucional tiene como objetivo fundamental identificar a los colectivos de personas que deben formar parte de la misma. ACTUAL, la gestionará y responderá a las consultas de petición de datos que se reciban siempre dentro de los límites de la Ley Orgánica de Protección de Datos²⁰.

²⁰ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (BOE núm. 298 de 14 de diciembre)

También se atenderán las dudas a la hora de realizar cualquier actividad que quede fuera del ámbito de acción de este Servicio, pero que repercuta de alguna manera en la imagen de la Universidad; precedencias, saludos, recepciones, etiqueta, atenciones, etc.

5. CONCLUSIONES

Los organizadores profesionales de congresos se integran en un segmento del mercado turístico, llamado turismo de reuniones o de congresos. Este turismo tiene un elevado interés estratégico para cualquier país, no sólo porque contribuye a la desestacionalidad de la actividad turística, sino porque se dirige a un cliente que dispone de una capacidad de gasto superior a la media de los visitantes del destino.

Las OPC's son empresas de mediación turística que prestan servicios de consultoría, organización, planificación y control de congresos, convenciones, ferias y otros eventos de análoga naturaleza, ya sea de forma directa o contratando los servicios a terceros.

No existe una legislación estatal reguladora de los OPC's, ello se debe a la competencia exclusiva autonómica en materia de turismo. Su regulación se encuentra en las normas que regulan las agencias de viaje, siendo los requisitos para su funcionamiento, comunes a ambos.

Hasta ahora la actividad congresual se había venido desarrollando en Palacios de Congresos y Exposiciones, Recintos FERIALES. Estos lugares suelen ser de titularidad pública y gestionada por empresas privadas. Sin embargo ahora entran en juego las universidades. En el caso de la Universidad de Almería, se trata de una administración pública que a través de un convenio de colaboración acuerda que la gestión de un servicio recaiga en una Fundación privada sin ánimo de lucro como es la Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería.

En Andalucía los OPC's no puede realizar tareas propias de las agencias de viajes y deben estar inscritos en el Registro Turístico Andalucía (RTA), sólo los inscritos podrán utilizar el nombre de OPC.

ACTUAL, es una oficina profesionalizada dedicada plenamente a la organización de eventos de carácter social, ya sea asumiendo íntegramente las funciones de un Organizador Profesional de Congresos, ya sea asumiendo las funciones de promoción de espacios de la universidad para estos eventos.

Este proyecto pretende servir de puente entre la universidad y el resto de instituciones públicas o privadas para ofrecer el campus universitario y ponerlo a disposición de toda la sociedad almeriense.

El beneficio que obtendrá la universidad tendrá una doble vertiente, una relacionada con el factor económico y otra en relación con la difusión que se hará del campus y sus servicios.

En definitiva son personas que tratamos con personas pero que pretenden añadir un valor más a esta relación, pretendiendo que nuestra universidad sea la anfitriona perfecta, yendo más allá de la mera satisfacción al visitante, creando una ambiente propicio y tratando a cualquier invitado como el único invitado.

Es un proyecto novedoso, interesante y útil, con un bajo coste y una gran repercusión.

Contestando a las preguntas planteadas al principio de este documento podemos afirmar que sí es viable la creación de nuevos servicios en una Administración si estos son viables económicamente, es decir, no suponen un gasto añadido a la misma, sino que son autofinanciables.

El valor añadido que el Programa ACTUAL ofrece a la Universidad de Almería, lo he mencionado varias veces a lo largo del trabajo. Es una cuestión de facilitar el trabajo a los promotores de los eventos, se mejora la imagen de la institución a la vez que se abre la Universidad a toda la sociedad almeriense ofreciéndose a la misma sus

espacios, para que los utilicen. Además no sólo las personas o empresas que deseen utilizar nuestras instalaciones la conocerán, sino que los asistentes a las mismas se acercarán a nuestro campus.

Respecto a la última cuestión, mi opinión personal es que aunque las personas somos desconfiadas, por naturaleza, a poner en manos de otros aquello que creemos que sabemos hacer o aquello que pensamos que si cedemos vamos a perder el control. Tengo confianza que con la adecuada difusión del servicio y con algo tan simple y sencillo como, el buen hacer, poco a poco contarán con nuestros servicios. De hecho ya son muchos los promotores que se han puesto en contacto con nosotros. Incluso asistentes a Congresos que hemos organizado y que les ha tocado a ellos hacer alguno en su respectiva universidad, se ha puesto en contacto con nosotros para que se lo organicemos.

6. AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a la Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería la oportunidad que me han dado al creer en el Programa ACTUAL y ponerme como coordinadora del mismo. A la Universidad que apoyó también este proyecto y me concedió la compatibilidad para poder trabajar en él.

Gracias también a mi Director D. Raúl Pérez Guerra que desde el primer momento entendió que mi trabajo Fin de Grado tenía que ser éste, le agradezco su compromiso y profesionalidad.

Para finalizar a mis hijas y mi marido que tiene tanta fe en mí como yo en ACTUAL.

7. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

7.1. PUBLICACIONES

- BELL, D.: *El advenimiento de la sociedad post-industrial.*, Alianza Editorial, Madrid.
- BELL, J. *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*, ed. Gedisa, 2002.
- CASTELLS, M.: *La era de la información: economía, sociedad y cultura, Vol.1. La Sociedad.* Ed. Alianza Editorial, Madrid, 2005
- CEBALLOS MARTÍN, M.M.: “Los servicios de información turística y otros”, en S. FERNÁNDEZ RAMOS y R. PÉREZ GUERRA, *Manual de Derecho Administrativo del sector turístico*, ed. Tecnos, Madrid, 2013.
- FRANCESC XAVIER GRAU VIDAL.: “*LA UNIVERSIDAD PÚBLICA ESPAÑOLA*” *Retos y prioridades en el marco de la crisis del primer decenio del siglo XXI*”, Universidad Rovira i Virgili, ed. Publicaciones urv, Tarragona, 2012.
- HERRERO BLANCO, P.: *Gestión y organización de Congresos*, ed. Síntesis, Madrid, 2000
- IGLESIAS TOVAR, J.R.:”*Comercialización de productos y servicios turísticos*”, ed. Síntesis, Madrid, 1998
- MANUEL FERNÁNDE-ESQUINAS, CARMEN MERCHÁN-HERNÁNDEZ, LETICIA RODRÍGUEZ-BREY Y OIHANA VALMASEDA-ANDIA.: *Indicadores de transferencia de conocimiento: una propuesta de medida de la cooperación entre universidad y empresa*, Instituto de Estudios Sociales Avanzados, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 2010.
- PEDROTTI, GUILLERMO JOSÉ. *Planificación de eventos. Herramientas para la planificación, gestión, control y evaluación de eventos.* Compendio bibliográfico.
- PÉREZ GUERRA, R. (coord.): *Derecho de las actividades turísticas*, UOC, Barcelona, 2003.
- PÉREZ GUERRA, R; CEBALLOS MARTÍN, M.M.:”*La configuración del derecho del turismo autonómico español en el ordenamiento jurídico administrativo-constitucional*”, *Revista Aragonesa de Administración Pública*, nº 35

PEÑARRUBIA IZA, J y MORALO IZA, V.M.: Promoción y ordenación del turismo de congresos. Reflexiones en torno al OPC”, en F. J. ARAGÓN CÁNOVAS y otros, *Derecho y Turismo*, ed. Universidad de Salamanca, Salamanca, 2004.

VVAA (dir.: S. FERNÁNDEZ RAMOS): *Estudios sobre el Derecho Andaluz del Turismo*, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía, Sevilla, 2008.

7.2. PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS

MAURE AGÜERO, G.: “Definiciones y tendencias del turismo de eventos”. Texto completo en: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Temas Caudentes del turismo para 2013. Soluciones innovadoras para retos ambiciosos. Texto completo en:

http://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/02/TC_turismo_2013.pdf

7.3. INFORMES

CONSEJO DE UNIVERSIDADES Y CONFERENCIA GENERAL DE POLÍTICA UNIVERSITARIA. Eje de la Estrategia Universidad 2015. Documento de mejora y seguimiento de las Políticas de Financiación de las Universidades para promover la excelencia académica e incrementar el impacto socioeconómico del Sistema Universitario Español.

SPAIN CONVENTION BUREAU (SCB) (2011). Estudio de medición de turismo de reuniones

MODELO DE FINANCIACIÓN DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ANDALUZ (MFSUA) (2006). Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Junta de Andalucía.

7.4. WEBS

<http://www.ual.es>

<http://www.crue.org>

<http://www.fundacionmediterranea.ual.es>

<http://media.unwto.org/es>

<http://www.iet.tourspain.es>

<http://noticias.juridicas.com>

<http://www.ocue.org>

<http://www.scb.es>

<http://finanzasuniversitarias.edunomia.es>

<http://www.ausbancrevista.com>

<http://www.opcspain.org>

<http://www.palacios-congresos-es.com>

8. ANEXOS

ANEXO I

Legislativo

- Constitución Española, 1978. (BOE núm. 311 de 29 de diciembre)
- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (LOM-LOU) (BOE núm. 89 de 13 de abril)
- Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. (BOE. Núm. 285 de 27 de noviembre)
- Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía.
- Ley 12/2011, de 16 de diciembre, de modificación de la Ley Andaluza de Universidades (BOJA núm.251 de 27 de diciembre)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (BOE núm. 298 de 14 de diciembre)
- Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo. (BOE. núm. 96 de 21 de abril)
- Decreto 280/2007, de 3 de agosto, regulador de los Organizadores Profesionales de Congresos de la Región de Murcia. (BORM. núm183 de 9 de agosto)
- Estatutos de la Fundación Mediterránea de la Universidad de Almería
- Convenio de Colaboración entre la Universidad de Almería y la Fundación Mediterránea para la creación y puesta en marcha del Programa ACTUAL, de fecha 22 de mayo de 2012.

ANEXO II

Tabla informativa de las oficinas de organización de eventos existentes en todas las Universidades Españolas.

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
ANDALUCIA					
PÚBLICA	1	Universidad de Almería	SI	Fundación	http://www.ual.es/actual
PÚBLICA	2	Universidad de Granada	SI	Fundación	https://fundacionugempresa.es/web/
PÚBLICA	3	Universidad de Málaga	SI	Fundación	www.fgum.es/
PÚBLICA	4	Universidad Internacional de Andalucía	NO, desde Vicerrectorados	Universidad	http://www.unia.es
PÚBLICA	5	Universidad de Cádiz	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.uca.es
PÚBLICA	6	Universidad de Huelva	NO, desde Relaciones Institucionales	Universidad	http://www.uhu.es
PÚBLICA	7	Universidad Pablo de Olavide	SI	Fundación	http://www.fundaciones.upo.es/web/fundacion-universidad-sociedad
PÚBLICA	8	Universidad de Córdoba	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.uco.es/
PÚBLICA	9	Universidad de Jaén	SI	Universidad	http://www10.ujaen.es/
PÚBLICA	10	Universidad de Sevilla	SI	Universidad	http://www.sacu.us.es/doc/Oficina_de_Congresos_y_Eventos_de_la_Universidad_de_Sevilla.pdf
ARAGÓN					
PÚBLICA	11	Universidad Zaragoza	SI	Universidad	http://www.unizar.es
PÚBLICA	12	Universidad San Jorge	NO		http://www.usj.es
PRINCIPADO DE ASTURIAS					
PÚBLICA	13	Universidad de Oviedo	SI	Fundación	www.funiovi.org

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
ISLAS BALEARES					
PÚBLICA	14	Universidad de Islas Baleares	SI	Fundación	http://www.uibcongres.org/index.es.html
ISLAS CANARIAS					
PÚBLICA	15	Universidad la Laguna	SI	Universidad	www.ull.es
PÚBLICA	16	Universidad de las Palmas de Gran Canaria	SI	Universidad	www.ulpgc.es
CASTILLA Y LEON					
PÚBLICA	17	Universidad de León	SI	Fundación	www.unileon.es
PÚBLICA	18	Universidad Valladolid	Si	Universidad	www.uva.es
PÚBLICA	19	Universidad de Salamanca	NO, desde Protocolo	Universidad	http://www.usal.es/webusal/node/5086
PÚBLICA	20	Universidad de Burgos	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.ubu.es/es/unidadprotocolo
PRIVADA	21	Universidad Pontífica de Salamanca	SI	Universidad	http://www.upsa.es
PRIVADA	22	Universidad Católica de Ávila	SI	Universidad	http://www.ucavila.es
PRIVADA	23	IE University	SI	Universidad	http://www.ie.edu.es/
PRIVADA	24	Universidad Europea Miguel de Cervantes	SI	Universidad	http://www.uemc.es
CANTABRIA					
PÚBLICA	25	Universidad Cantabria	SI	Fundación	http://www.unican.es
CASTILLA-LA MANCHA					
PÚBLICA	26	Universidad de	NO	Universidad	http://www.uclm.es

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
		Castilla la Mancha			
EXTREMADURA					
PÚBLICA	27	Universidad de Extremadura	SI	Fundación	http://www.unex.es
CATALUÑA					
PÚBLICA	28	Universitat Autònoma de Barcelona	SI	Fundación	http://www.uab.es
PÚBLICA	29	Universitat Barcelona	SI	Fundación	http://www.ub.edu
PÚBLICA	30	Universitat de Lleida	SI	Fundación	http://www.udl.cat
PÚBLICA	31	Universitat Politècnica de Catalunya	SI	Universidad	http://www.upc.edu
PÚBLICA	32	Universitat Pompeu Fabra	SI	Fundación	http://www.upf.edu/es
PÚBLICA	33	Universitat de Girona	SI	Universidad	http://www.udg.edu
PÚBLICA	34	Universitat Ramon Llull	SI	Fundación	http://www.url.es/es
PRIVADA	35	Universitat Oberta de Catalunya	SI	Universidad	http://www.uoc.edu/
PÚBLICA	36	Universitat Rovira i Virgili	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.urv.cat/universitat/organs_govern/es_gabinet_rinstitucionals.html
PRIVADA	37	Universitat Internacional de Catalunya	SI	Universidad	http://www.uic.es
PRIVADA	38	Universitat de VIC	SI	Universidad	http://www.uvic.cat
PRIVADA	39	Universitat Abat Oliba	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.uaoceu.es
COMUNIDAD DE MADRID					
PÚBLICA	40	Universidad de Alcalá	SI	Fundación	http://www.uah.es

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
		de Henares			
PÚBLICA	41	Universidad Autónoma de Madrid	SI	Fundación	http://www.uam.es
PÚBLICA	42	Universidad Complutense de Madrid	SI	Fundación	http://www.ucm.es
PÚBLICA	43	Universidad Carlos III de Madrid	SI	Fundación	http://www.uc3m.es
PÚBLICA	44	Universidad Rey Juan Carlos	SI	Universidad	http://www.urjc.es
PÚBLICA	45	Universidad Internacional Menéndez Pelayo	SI	Universidad	http://www.uimp.es
PÚBLICA	46	UNED	SI	Universidad	http://portal.uned.es/
PRIVADA	47	Universidad a Distancia de Madrid	NO	Universidad	http://www.udima.es
PÚBLICA	48	Universidad Politécnica de Madrid	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.upm.es
PÚBLICA	49	Universidad Alfonso X El Sabio	NO	Universidad	http://www.uax.es
PRIVADA	50	Universidad Antonio de Nebrija	SI	Universidad	http://www.nebrija.com
PRIVADA	51	Universidad Camilo José Cela	SI	Universidad	http://www.ucjc.ede
PRIVADA	52	Universidad de San Pablo-CEU	SI	Universidad	http://www.uspceu.com
PRIVADA	53	Universidad Europea de Madrid	SI	Universidad	http://www.uem.es
PRIVADA	54	Universidad Francisco de Vitoria	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.ufv.es
PRIVADA	55	Universidad Pontificia de Comillas	NO	Universidad	http://www.upcomillas.es

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
GALICIA					
PÚBLICA	56	Universidade Coruña	NO		http://www.udc.es/
PÚBLICA	57	Universidad de Santiago de Compostela	SI	Sociedad Xestora De Interesses Da USC, S.L.	http://www.usc.es
PÚBLICA	58	Universidad de Vigo	NO	Universidad	http://www.uvigo.es
REGIÓN DE MURCIA					
PÚBLICA	59	Universidad de Murcia	SI	Universidad	http://www.um.es
PÚBLICA	60	Univ. Politécnica de Cartagena	NO, protocolo colabora	Universidad	http://www.upct.es
PRIVADA	61	Universidad Católica San Antonio	SI	Universidad	http://www.ucam.edu
UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO					
PÚBLICA	62	Universidad del País Vasco	NO, colaboran desde gabinete rector	Universidad	http://www.ehu.es
PRIVADA	63	Mondragon Unibertsitatea	NO	Universidad	www.mondragon.edu/es
PRIVADA	64	Universidad de Deusto	NO	Universidad	www.deusto.es
COMUNIDAD FORAL DEL NAVARRA					
PÚBLICA	65	Universidad Pública de Navarra	SI	Universidad	http://www.unavarra.es/serviciocomunicacion/organizacion-de-eventos
PRIVADA	66	Universidad de Navarra	SI	Universidad	http://www.unav.edu
LA RIOJA					

TIPO	Nº	NOMBRE UNIVERSIDAD	EXISTENCIA	DEPENDENCIA	PÁGINA WEB
PÚBLICA	67	Universidad de La Rioja	SI	Universidad	http://www.unirioja.es
PRIVADA	68	Universidad Internacional de la Rioja	No	Universidad	http://www.unir.net
COMUNIDAD VALENCIANA					
PÚBLICA	69	Universidad de Alicante	SI	Universidad	http://www.ua.es
PÚBLICA	70	Universitat Jaume I	SI	Fundación	http://www.fue.uji.es/
PÚBLICA	71	Universitat Politècnica de Valencia	SI	Universidad	http://www.upv.es
PÚBLICA	72	Universitat Valencia	SI	Fundación	http://www.uv.es
PÚBLICA	73	Universidad Miguel Hernández de Elche	SI	Universidad	http://www.umh.es
PRIVADA	74	Universidad Cardenal Herrera	NO, desde protocolo	Universidad	http://www.uchceu.es
PRIVADA	75	Universidad Cat. de Valencia S. V. Mártir	NO, desde Gabinete Rector	Universidad	http://www.ucv.es

ANEXO III

Espacios que en la actualidad son susceptibles de poder ser utilizados en la Universidad de Almería.

AULAS 2011/12										
EDIFICIO CENTRAL										
1ª PLANTA	Mus1	Mus2	1	2	Psico	Umult				
Capacidad	103	108	20	20+	80	80				
2ª PLANTA	3	4								
Capacidad	20	20								
DPT. CC. EMPRESARIALES (B)										
PLANTA B	S. Grados									
Capacidad	32									
DPTAL. HUMANIDADES Y CC. EDUCACIÓN (A)										
PLANTA B	2	3	Bioclimática							
Capacidad	68	110	105							
1ª PLANTA	5	6	S. Grados	2ª PLANTA	S. Juntas					
Capacidad	110	110	31	Capacidad	24					
DPTAL. HUMANIDADES Y CC. EDUCACION (C)										
PLANTA B	1	2	3	4	5	6	7	8		
Capacidad	85	85	90	104	25	25	25	25		
1ª PLANTA	9	SALAS	S Grados	Aula Magna						
Capacidad	40	Capacidad	50	120						
DPTAL CIENCIAS JURIDICAS (D)										
PLANTA B	1	1ª PLANTA	S. Grados	2ª PLANTA	S. Juntas					
Capacidad	121	Capacidad	31	Capacidad	24					
AULARIO I										
PLANTA B	1	2	3	4	5	6	7	8		
Capacidad	108	108	108	96	82	82	104	72		
1ª PLANTA	9	10	11	12	13	14	15			
Capacidad	143	204	143	106	106	104	72			
2ª PLANTA	16	17	18	19	20	21	22			
Capacidad	106	156	106	Dibujo	55	84	22			
AULARIO II										
PLANTA B	1	2	3	4	5	6	7			
Capacidad	108	240	156	108	63	63	104			
1ª PLANTA	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Capacidad	156	156	156	156	72	72	40	104	72	
2ª PLANTA	17	18	19	20	21	22	23	24		
Capacidad	125	125	125	120	86	91	91	59		
AULARIO III										
PLANTA B	1	2	3	4	5					
Capacidad	192	139	127	192	192					
1ª PLANTA	6	7	8	9	10					
Capacidad	192	139	127	192	192					
2ª PLANTA	11	12	13	14	15	16	17	18		
Capacidad	48	48	48	48	48	48	88	88		
AULARIO IV										
PLANTA B	1,1+1,10	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,2+1,9	S Grado	
Capacidad	96	48	48	48	48	48	48	96	98	
1ª PLANTA	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9	2,10
Capacidad	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
2ª PLANTA	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,7	3,8	3,9	
Capacidad	48	48	48	48	60	48	48	48	48	
CITIC										
CITIC	6	5	4	1	2	3				
Capacidad	20	20	20	45	45					
CITE III										
CITE III	S Grados									
Capacidad	68									
Auditorio										
Auditorio	Auditorio									
Capacidad	309									
CITE II Ing										
CITE II Ing	S Grados									
Capacidad	50									
E.P.S										
E.P.S	S Grado									
Capacidad	70									
Químicas										
Químicas	S Grados									
Capacidad	60									
C. Salud										
C. Salud	S Confer	Grados								
Capacidad	100	45								
Biblioteca										
Biblioteca	Seminario									
Capacidad	24									
Gerona										
Gerona	1	2	3							
Capacidad	54	54	40							