

Nombre de la pieza

Categoría

Análisis de Situación

En esta sección se deberá incluir el trasfondo y la investigación (formal o informal) realizada como parte de la identificación del problema u oportunidad y factores existentes.

Planificación

Resumen de la campaña o programa desarrollado, fecha en la que se realizó, objetivos medibles (SMART), públicos específicos, estrategias, y presupuesto.

Definiciones importantes para tu referencia:

1. **Objetivo medible:** Fin claramente establecido de un trabajo de relaciones públicas, cuyo logro final podrá evidenciarse de acuerdo con la evaluación y los resultados obtenidos, cambios de conducta que se espera realizar, a qué audiencia se quiere impactar, qué porcentaje de la audiencia y el periodo o tiempo en el que debe ocurrir este cambio. **Ejemplo:** *Aumentar en un 20% el nivel de reconocimiento de la marca XXX (específico/medible) entre estudiantes universitarios de Puerto Rico de instituciones públicas y privadas, entre las edades de 18 a 24 años (público) para junio de 2026 (tiempo), mediante una campaña integrada de medios digitales y alianzas institucionales, evaluada a través de encuestas pre y post campaña (alcanzable/relevante).*
2. **Estrategia:** Los pasos que implantará la organización para llegar a los objetivos delineados.

Ejecución

Descripción de elementos del programa y tácticas realizadas.

Definición importante para tu referencia:

1. **Tácticas:** Serie de actividades a llevarse a cabo que buscarán cumplir con cada una de las estrategias. Será la forma en que la organización se moverá para lograr los objetivos que se han delineado.

Evaluación y Resultados

Evidencia cualitativa o cuantitativa de cómo se alcanzaron los objetivos propuestos. Explicar y demostrar las oportunidades y limitaciones a las que se enfrentaron en la consecución de los objetivos medibles. Los resultados deben ser presentados contra los objetivos establecidos en la sección de Planificación.

Ejemplo: **Objetivo #1:** *Aumentar en un 20% el nivel de reconocimiento de la marca XXX entre estudiantes universitarios de Puerto Rico de instituciones públicas y privadas, entre las edades de 18 a 24 años para junio de 2026, mediante una campaña integrada de medios digitales y alianzas institucionales, evaluada a través de encuestas pre y post campaña. Resultado:* *Se logró un aumento del 25% en el nivel de reconocimiento de la marca entre el público objetivo para junio de 2026.*