



Comunicación estratégica para directores(as) y docentes (Ciclo): Evaluación

Wanda Reyes Velázquez, Ph.D., Facultad de Comunicación e Información

Fecha: 11 de mayo de 2023





Proceso de comunicación estratégica





Repaso de webinar pasado: Análisis de situación

• Investigación

• Identificar la situación

- ¿Cuál es el trasfondo de la organización con relación a la situación?
- ¿La situación es un obstáculo o una oportunidad?
- ¿Qué o quién causó la situación?
 - ¿Cuáles son los hechos importantes relacionados con la situación?
 - ¿Quién o qué se ve afectado por la situación?
- ¿Con quién o quiénes debe hablar para manejar la situación?

• Contestar las siguientes preguntas

- ¿Qué tipo de información necesita para trabajar con la situación?
- ¿Cuánto costará la investigación?
- ¿Cuánto tiempo tiene para investigar?
- ¿Quién analizará los resultados de la investigación?
- ¿Cómo usará los resultados?



Repaso de webinar pasado

• Ejemplo hipotético

- Identificar la situación
 - La **Universidad del Conocimiento Maravilloso** ofrece cursos presenciales.
 - La facultad ha observado que hay muchos/as estudiantes sentados/as en los pasillos jugando naipes, lo que impide el acceso rápido y fácil hacia los salones.
 - Esta situación presenta unos peligros porque, en caso de que se requiera una salida de emergencia, tanto las personas que están sentadas en el piso como las que tienen que salir pudieran accidentarse. Igualmente, las personas que caminan por los pasillos pudieran tropezar y lastimarse o lastimar a otra persona.
 - La administración entrevista a estudiantes para conocer sobre la situación.
 - Los resultados muestran que los/as estudiantes que se sientan en el piso para jugar naipes lo hacen porque están esperando a que llegue la hora de sus respectivas clases. Los resultados también muestran que el estudiantado que juega en el piso no percibe que su seguridad o la de otras personas se ponga en riesgo mientras juega. Estas personas entienden que no es necesario ir a otro lugar a jugar.
 - La situación representa un obstáculo para la Universidad pues no hay un ambiente seguro en los pasillos y es necesario prevenir accidentes.





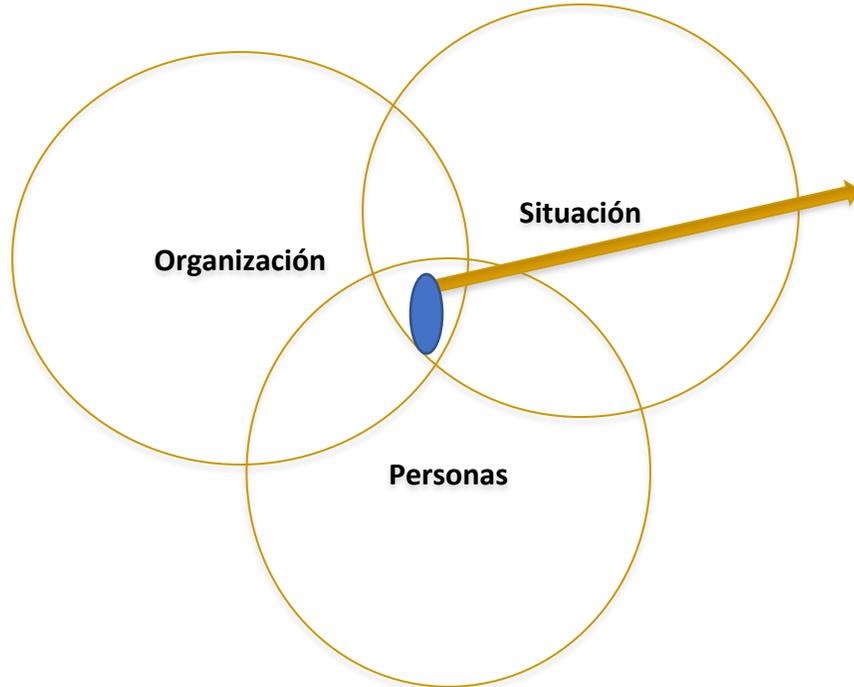
Ejercicio

- Identifique una situación en su área de trabajo o en alguna organización comunitaria que presente la necesidad de comunicación estratégica. (3 minutos)
- Conteste las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es el trasfondo de la organización con relación a la situación?
 - ¿La situación es un obstáculo o una oportunidad?
 - ¿Qué o quién causó la situación?
 - ¿Cuáles son los hechos importantes relacionados con la situación?
 - ¿Quién o qué se ve afectado por la situación?
 - ¿Con quién o quiénes debo hablar para manejar la situación?





Identificar públicos



Los públicos son las personas que se afectan de alguna manera por la situación (Swann, 2019).





Identificar públicos



Personas involucradas en la situación

1. Estudiantes jugando
2. Estudiantes en los salones
3. Profesores/as
4. Empleados no docentes
5. Decanato de Estudiantes
6. Rectoría
7. Medios de comunicación
8. Organizaciones acreditadoras
9. Padres y madres de los/as estudiantes

Selección de público(s)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



Ejercicio

Identifique los públicos con los que se debe comunicar para lidiar con la situación que seleccionó.
(3 minutos)



Personas involucradas en la situación

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Selección de público(s)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



Repaso de webinar pasado: Establecer objetivos

- Dirección de una organización basada en objetivos
 - ¿Cuál es el propósito de lo que se hará?
 - ¿Con qué públicos hay que comunicarse?
 - ¿Qué conoce de los públicos?

Smith (2013)

Wilcox, Cameron, & Reber (2015)





Repaso de webinario pasado: Establecer objetivos

- Características de objetivos medibles
 - Están basados en el análisis de situación.
 - Se identifican mientras se investiga la situación.
 - Se escriben a manera de frase.
 - Público(s) - a quién o quiénes se dirige
 - Número de personas o porcentaje
 - Lo que debe lograr
 - Fecha para cuando debe hacerlo
 - **Ejemplo: Informar a 60% de los estudiantes de relaciones públicas sobre las ventajas de pertenecer a la organización estudiantil APRU. Esto se logrará para el 30 de enero de 2023.**



Repaso de webinar pasado: Establecer objetivos

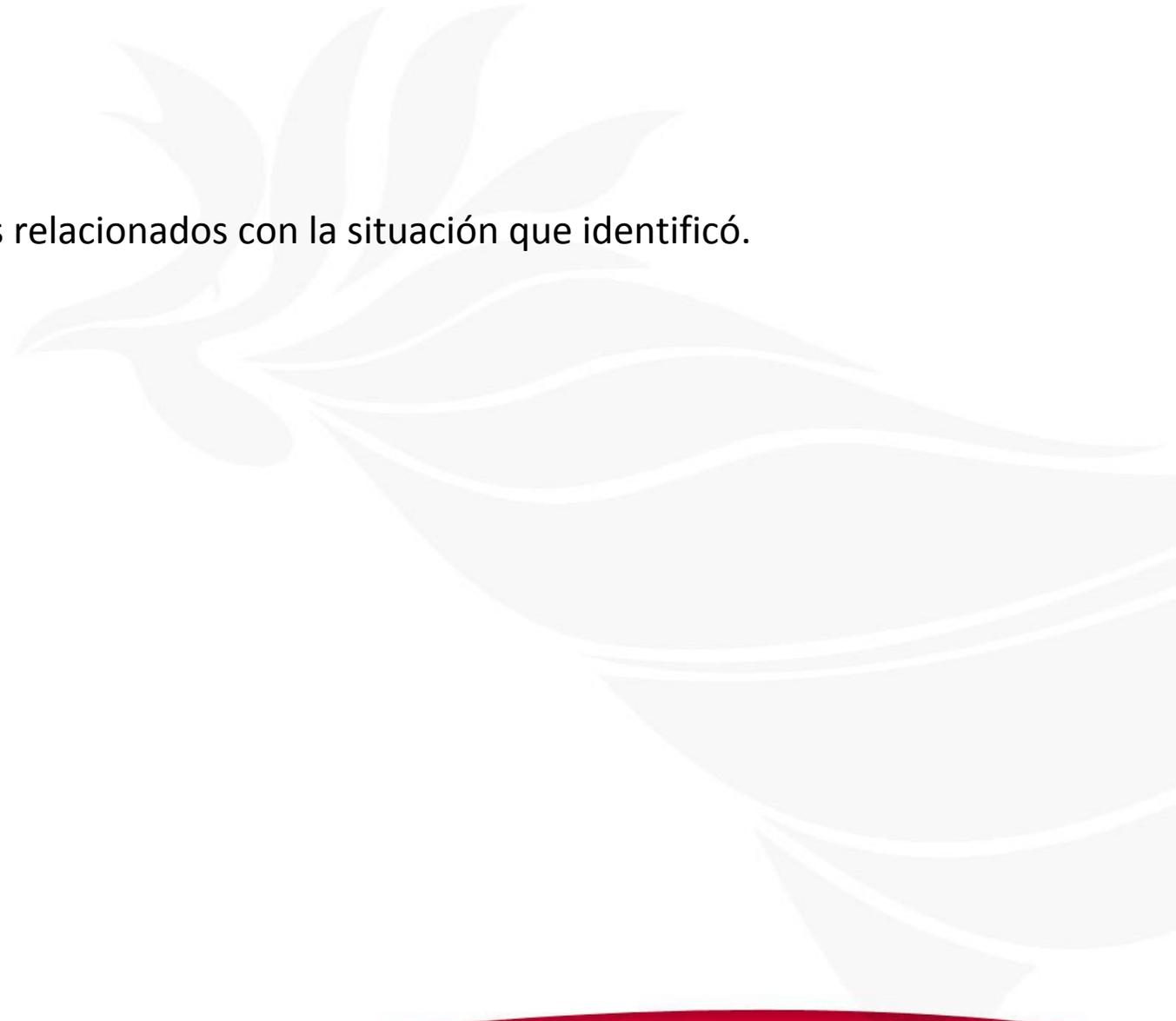
- **Informativo** - Este tipo de objetivo es bueno cuando quiere:
 - **Ejemplo:** Para el 1 de octubre de 2021, **explicar** al 100% del estudiantado de la Facultad de Comunicación e Información el nuevo plan de acceso a Plaza Universitaria.
- **Actitud** – Este tipo de objetivo busca modificar lo que sienten los públicos sobre la organización, producto o servicio. Puede crear, reforzar o cambiar actitudes.
 - **Ejemplo:** **Crear una actitud positiva** en 70% de los estudiantes de REPU sobre la necesidad de traer su propia computadora al salón de clases. Este objetivo se logrará para el 20 de septiembre de 2021.
- **Comportamiento** - Estos objetivos implican la modificación de comportamientos hacia la organización, producto o servicio. Puede crear, reforzar o cambiar comportamientos.
 - **Ejemplo:** En un período de cinco meses, **lograr que todos los empleados usen** sus uniformes correctamente dentro del edificio.





Ejercicio

Redacte al menos dos objetivos medibles relacionados con la situación que identificó.
(5 minutos)





Repaso de webinar pasado: Planificación

- **Objetivo 1:** **Informar** a todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre los peligros que surgen al jugar en dichas áreas. Esto se logrará para el 30 de noviembre de 2023.
- **Estrategia – Concientizar a los estudiantes sobre los peligros de jugar naipes en dichas áreas. (¿Qué se hará?)**
 - **Táctica 1:** Producir una miniserie de seis episodios de 15 minutos cada uno sobre **los riesgos de jugar naipes en esos lugares** para transmitirla en YouTube.
 - **Táctica 2:** Producir publicaciones creativas para ser diseminadas en Instagram con el propósito de anunciar la miniserie.
 - **Táctica 3:** Producir *banners* que contengan una **trivia relacionada con la miniserie** para colocarlos en el Recinto. Colocar *QR codes* para que los/as estudiantes puedan acceder página con el propósito de contestar las preguntas.
 - **Táctica 4:** Dar códigos a los/as participantes cuando contestan la trivia para recibir un helado de Los Paleteros en el Centro de Estudiantes.
 - **Táctica 5:** Crear un lema que llame la atención para usarlo en todas las comunicaciones.

(¿Cómo se
hará?)





Repaso de webinar pasado: Planificación

- **Objetivo 2:** **Crear una actitud positiva** en todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre la idea de moverse a un espacio designado para jugar . Esto se logrará para el 20 de enero de 2024.
 - **Estrategia** – Motivar pensamientos positivos sobre utilizar los espacios designados para jugar naipes.
 - **Táctica 1:** Publicar fotos en Instagram de los espacios disponibles. Mostrar las características del espacio.
 - **Táctica 2:** Colocar banners en el piso de las áreas donde juegan los/as estudiantes actualmente. **La información debe decir que jugar en un lugar designado evita peligros y también permite al estudiantado llegar a tiempo a sus clases.**





Repaso de webinar pasado: Planificación

- **Objetivo 3:** Lograr que todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios **utilicen los espacios designados** para jugar cerca de los salones de clases. Esto se logrará para el 3 de febrero de 2024.
 - **Estrategia** – Organizar un evento que se llamará *La hora de los naipes* con el **propósito atraer a los/as estudiantes al nuevo espacio.**
 - **Táctica 1:** Preparar el espacio asignado para los estudiantes y hacer un torneo de cartas allí.
 - **Táctica 2:** Crear invitaciones para los(as) estudiantes.
 - **Táctica 3:** Identificar a un/a maestro/a de ceremonia para el evento.
 - **Táctica 4:** Organizar un torneo de cartas.
 - **Táctica 5:** Contratar a PJ sin suela para que toque en el evento.
 - **Táctica 6:** **Proyectar un video que muestre los salones designados para jugar cartas. Se debe pedir al estudiantado que utilice esos espacios.**
 - **Táctica 7:** Buscar auspiciadores/as para el evento.
 - **Táctica 8:** Usar el mismo lema en el evento.
 - **Táctica 9:** Motivar a organizaciones estudiantiles a fomentar la participación de sus miembros en el evento.





Repaso de webinar pasado: Planificación

- Tácticas de acción y de comunicación
 - Considere los objetivos que debe lograr.
 - Tenga en cuenta el tiempo y las limitaciones presupuestarias.
 - Seleccione tácticas cuidadosamente según sea la misión de la organización y la necesidad de comunicación existente.





Evaluación

- Es la medida de los resultados contra los objetivos establecidos.
- ¿Por qué evaluamos?
 - Para hacer un mejor trabajo en el futuro
 - Para identificar lo que hizo
 - Dinero, tiempo y esfuerzo

Wilcox, Cameron, & Reber (2015)





Ejercicio

Proponga un plan de acción para los objetivos que redactó. (10 minutos)

Utilice el siguiente formato para la redacción:

Objetivo 1

Estrategia

Tácticas

Objetivo 2

Estrategia

Tácticas





Evaluación

- Preguntas generales

- ¿Estaba la actividad o programa adecuadamente planificado(a)?
- ¿Entendieron la información los/as receptores/as del mensaje?
- ¿Cómo podrían las estrategias haber sido más efectivas?
- ¿Se alcanzaron todos los públicos primarios y secundarios?
- ¿Se logró el objetivo organizacional deseado?
- ¿Qué circunstancias imprevistas afectaron el éxito del programa o actividad?
- ¿El programa o la actividad caen dentro del presupuesto establecido para ello?
- ¿Qué pasos se pueden tomar para mejorar el éxito de actividades similares en el futuro?

Wilcox, Cameron, & Reber (2015)





¿Qué se necesita para hacer la evaluación?

- **Objetivos medibles**

- Redacte objetivos precisos y medibles.
 - **Objetivo 1: Informar** a todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre los peligros que surgen al jugar en dichas áreas. Esto se logrará para el 30 de noviembre de 2021.
 - **Objetivo 2: Crear una actitud positiva** en todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre la idea de moverse a un espacio designado para jugar . Esto se logrará para el 20 de enero de 2022.
 - **Objetivo 3:** Lograr que todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios **utilicen los espacios designados** para jugar cerca de los salones de clases. Esto se logrará para el 3 de febrero de 2022
- No espere a concluir el programa de comunicación para determinar la manera de evaluar.





¿Qué se necesita para hacer la evaluación?

- Mantenga evidencia de los mensajes distribuidos
 - Cuente las actividades de comunicación
 - ¿Los mensajes están disponibles para los públicos?
 - ¿El contenido de los mensajes ayuda a lograr los objetivos?
- Cuantifique la salida de mensajes (*quantify output*) – El énfasis está en la cantidad de productos producidos y no en el resultado que se busca obtener.
 - ¿Cuántos comunicados de prensa se enviaron?
 - ¿Cuántas *e-mails* se enviaron?
 - ¿Cuántos mensajes se publicaron en redes sociales?



Algunas maneras de hacer evaluación

Utilizar métricas solamente ya no es muy efectivo.

- "Hits" o "visitas" cada vez que una persona accede a un sitio web
- Equivalencia publicitaria: pulgadas por columna (cuánto dinero habría tenido que pagar una organización para asegurar el mismo espacio o tiempo en los medios)
- Impresiones de medios: la audiencia potencial a la que llega un programa de periódico o un programa de transmisión televisiva o radial.

- Solicitudes y números 800
- Medida de la acción del público
- Reunión o asistencia a eventos
- **Cuestionarios**
- **Aálisis de contenido**



Medición del impacto del programa

- **Evaluación intermedia de impacto** (evaluar cada táctica)
 - No espere hasta el final para decidir cómo evaluar.
- **Evaluación de impacto sumativa** (evaluar todas las tácticas en conjunto)
 - *¿Qué logró el programa entre las personas del público?*
 - Conocimiento, actitud o comportamiento





Evaluación intermedia de impacto

Objetivo 1: **Informar** a todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre los peligros que surgen al jugar en dichas áreas. Esto se logrará para el 30 de noviembre de 2021.

- **Estrategia – Concientizar a los estudiantes sobre los peligros de jugar naipes en dichas áreas. (¿Qué se hará?)**
 - **Táctica 1:** Producir una miniserie de seis episodios de 15 minutos cada uno sobre **los riesgos de jugar naipes en esos lugares** para transmitirla en YouTube.
 - **Evaluación:** Contar la cantidad de personas que ve cada episodio.
 - **Táctica 2:** Producir publicaciones creativas para ser diseminadas en Instagram con el propósito de anunciar la miniserie.
 - **Evaluación:** Contar la cantidad de personas a las que se envió la información.
 - **Táctica 3:** Producir *banners* que contengan una **trivia relacionada con la miniserie** para colocarlos en el Recinto. Colocar *QR codes* para que los/as estudiantes puedan acceder página con el propósito de contestar las preguntas.
 - **Evaluación:** Revisar las respuestas para determinar conocimiento sobre los peligros de jugar naipes en dichas áreas.
 - **Táctica 4:** Dar códigos a los/as participantes cuando contestan la trivia para recibir un helado de Los Paleteros en el Centro de Estudiantes.
 - **Evaluación:** Contar la cantidad de helados que se distribuyen.
 - **Táctica 5:** Crear un lema que llame la atención para usarlo en todas las comunicaciones.
 - **Evaluación:** Administrar un cuestionario en el evento y preguntar sobre el lema.





Evaluación intermedia de impacto

- **Objetivo 2: Crear una actitud positiva** en todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios sobre la idea de moverse a un espacio designado para jugar . Esto se logrará para el 20 de enero de 2022.

- **Estrategia – Motivar pensamientos positivos sobre utilizar los espacios designados para jugar naipes.**
 - **Táctica 1:** Publicar fotos en Instagram de los espacios disponibles. Mostrar las características del espacio.
 - **Evaluación: contar la cantidad de me gusta**

 - **Táctica 2:** Colocar banners en el piso de las áreas donde juegan los/as estudiantes actualmente. **La información debe decir que jugar en un lugar designado evita peligros y también permite al estudiantado llegar a tiempo a sus clases.**
 - **Evaluación: Administrar un cuestionario en el evento para medir actitud.**





Evaluación intermedia de impacto

- **Objetivo 3:** Lograr que todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios **utilicen los espacios designados** para jugar cerca de los salones de clases. Esto se logrará para el 3 de febrero de 2022.
 - **Estrategia** – Organizar un evento que se llamará *La hora de los naipes* con el **propósito atraer a los/as estudiantes al nuevo espacio**.
 - **Táctica 1:** Reservar espacio en el Centro de Estudiantes a las 6:00 p.m. un jueves.
 - **Evaluación:** Se cuenta con el lugar para el día del evento.
 - **Táctica 2:** Crear invitaciones para los(as) estudiantes.
 - **Evaluación:** Identificar si se diseñaron las invitaciones.
 - **Táctica 3:** Identificar a un/a maestro/a de ceremonia para el evento.
 - **Evaluación:** Identificar si se seleccionó la persona
 - **Táctica 4:** Organizar un torneo de naipes.
 - **Evaluación:** Analizar la estructura del evento para determinar si ayuda a cumplir el objetivo.





Evaluación intermedia de impacto

- **Objetivo 3: Lograr que todos(as) los(as) estudiantes que juegan naipes en los pasillos, escaleras o frente a los edificios utilicen los espacios designados para jugar cerca de los salones de clases. Esto se logrará para el 3 de febrero de 2022.**
 - **Estrategia – Organizar un evento que se llamará *La hora de los naipes* con el propósito atraer a los/as estudiantes al nuevo espacio.**
 - **Táctica 5: Contratar a PJ sin suela para que toque en el evento.**
 - **Evaluación: Preguntar en cuestionario qué piensan los asistentes al evento sobre la participación de PJ sin suela.**
 - **Táctica 6: Proyectar un video que muestre los salones designados para jugar naipes. Se debe pedir al estudiantado que utilice esos espacios.**
 - **Evaluación: 1. Administrar un cuestionario. 2. Contar la asistencia a los salones designados para juegos. 3. Identificar si aún hay estudiantes jugando en los pasillos.**
 - **Táctica 7: Buscar auspiciadores/as para el evento.**
 - **Evaluación: Identificar la cantidad de auspiciadores y como se utilizaron los recursos.**
 - **Táctica 8: Usar el mismo lema en el evento.**
 - **Evaluación: Administrar un cuestionario en el evento y preguntar sobre el lema.**
 - **Táctica 9: Motivar a organizaciones estudiantiles a fomentar la participación de sus miembros en el evento.**
 - **Evaluación: Añadir pregunta en el cuestionario que ayude a identificar a qué organización estudiantil pertenece el estudiantado.**





Evaluación sumativa de impacto

- ❑ ¿Se logró resolver el problema?
- ❑ ¿Los/as estudiantes dejaron de jugar naipes en los pasillos y utilizan los espacios designados?
- ❑ ¿Los/as estudiantes llegan a tiempo a clase?





Ejercicio

- Indique la manera en que propone evaluar cada táctica. Explique cómo hará la evaluación de impacto sumativo. (5 minutos)
 - Objetivo 1
 - Estrategia
 - Tácticas
 - Evaluación





Referencias

- Smith, R. D. (2013). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Swann, P. (2019). *Cases in Public Relations Management* (Kindle). Taylor and Francis.
- Wilcox, D., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2015). *Public Relations Strategies and Tactics Global Edition* (11ma ed.). Pearson. ISBN-13:

978-1-292-06626-4 (PDF)

https://dinhtienminh.net/wp-content/uploads/2020/07/PR_-_Strategies-and-Tactics-11th-Global-Edition-2015-by-Wilcox-Cameron-Reber.pdf

f

