

Muévete

para que nada les detenga



Material elaborado por Minerva Camacho Javier solo para uso educativo el 18 de marzo de 2025

Apadrina ahora



MICRO CAMPAÑA DE CORTE SOCIAL

- Investigación de campo.
- Investigación documental
- Diseño de la campaña

Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY](#)

Material elaborado por Minerva Camacho Javier solo para uso educativo el 18 de marzo de 2025



PROCEDIMIENTO

Investigación de campo

Este primer paso implica la identificación del problema social que se abordará en la microcampaña. Se deben realizar entrevistas, encuestas, observaciones directas o cualquier otra técnica para recopilar información sobre las necesidades, intereses y percepciones de la comunidad afectada. El objetivo es tener una comprensión clara del contexto y los factores que contribuyen al problema. Por ejemplo, si se trata de una campaña sobre el reciclaje en una comunidad, la investigación de campo podría centrarse en identificar la frecuencia y las prácticas actuales de reciclaje, las barreras percibidas y las motivaciones de los miembros de la comunidad.

Investigación documental

a) *Revisión de experiencias previas:* Analiza microcampañas sociales similares que hayan enfrentado problemáticas como la que tú abordarás. Busca informes, casos de éxito y buenas prácticas. Por ejemplo, si la campaña es sobre alfabetización, identifica campañas con impacto positivo en comunidades similares; **(b) *Recopilación de datos relevantes:*** Obtén estadísticas, estudios o informes recientes que describan la magnitud del problema. Esto ayudará a fundamentar la necesidad del proyecto. Por ejemplo, cifras de exclusión educativa, datos demográficos, etc. y **(c) *Definición de pasos para implementar una microcampaña:*** Investiga los elementos clave de diseño y ejecución que han funcionado en otras campañas (técnicas de persuasión, elección de mensajes, segmentación de públicos, medios de difusión). Esto sentará las bases para el plan de acción.

Diseño de la campaña

Finalmente, se desarrolla el plan de acción para la implementación de la microcampaña. Esto incluye definir objetivos específicos, elaborar mensajes clave, seleccionar medios de comunicación, planificar actividades y cronogramas, y asignar recursos. Es fundamental que el diseño sea coherente con los hallazgos obtenidos en los pasos anteriores y que contemple un enfoque práctico y medible. Por ejemplo, en una campaña de reciclaje el diseño podría incluir talleres educativos, colocación de puntos de reciclaje visibles, difusión en redes sociales y materiales impresos que expliquen cómo reciclar correctamente.