



Handbook

Chapter UADE PRSSA

2026/2027

Información detallada sobre el Chapter, objetivos, organigramas, estrategias y proyectos.

Handbook Chapter UADE 2026/27

Introducción

El Chapter UADE PRSSA es una organización preprofesional integrada principalmente por alumnos de las carreras de relaciones públicas, comunicación global y planes conjuntos. Sin embargo, está abierta la inscripción a estudiantes de cualquier carrera que tengan un interés genuino por las relaciones públicas y la comunicación. Es una actividad exclusiva para alumnos de UADE.

¿Cuándo y dónde surge? En el 2007 se formó esta agrupación de alumnos para representar a la PRSSA (Public Relation Student Society of America) en Argentina.

Este programa de estudiantes es respaldado por la PRSA (Public Relations Society of America), una institución fundamental en la profesión de las relaciones públicas. De hecho, nuestro título como licenciados en comunicación global o relaciones públicas está validado por ella.

Al tener esta certificación, se nos da la posibilidad a los estudiantes de fundar un Chapter dentro de UADE, un privilegio que no todas las universidades tienen.

PRSA y PRSSA

- PRSA - institución de profesionales de relaciones públicas.
- PRSSA - institución de estudiantes de relaciones públicas y carreras similares. Existen más de 380 Chapters en Estados Unidos y 5 en Latinoamérica (Colombia, México, Perú, Puerto Rico y nosotros en Argentina).

¿Todavía no entendés qué es PRSSA? 🙌 Sí, es un poco complejo de comprender. Pensalo como una gran organización con una **sucursal en Argentina**. Somos la única extensión que tiene la PRSSA en nuestro país y nuestro propósito está completamente alineado al de ellos.



Visión de PRSSA

- PRSSA aspira a hacer **avanzar la profesión de las relaciones públicas** mediante el **desarrollo de profesionales éticamente responsables** que defiendan la diversidad, se esfuercen por una educación excepcional y avancen la profesión.

Misión de PRSSA

- Proporcionar un servicio excepcional a nuestros miembros **mejorando su educación, ampliando su red profesional y ayudando a lanzar sus carreras.**

Organigrama de PRSSA



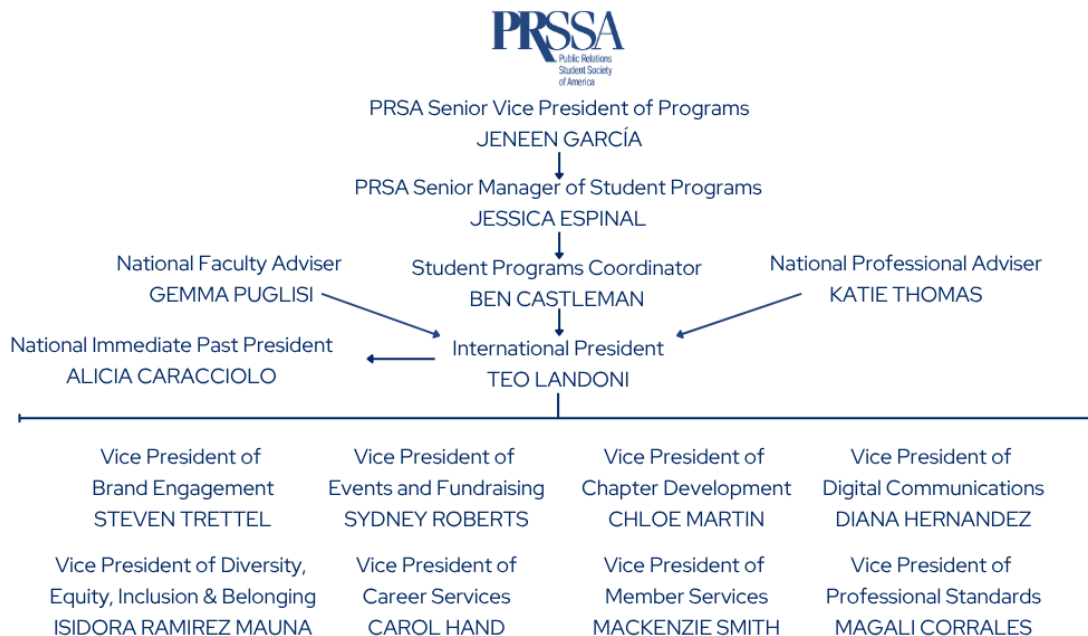
Al igual que en el Chapter UADE PRSSA, cada rol se actualiza año a año



☀ Este año, contamos con dos miembros de UADE PRSSA en el International Committee:

Teo Landoni (International President) y **Magali Corrales** (Vice President of Professional Standards).

Miembros del International Committee y de los Headquarters de PRSSA 2025/2026



👉 Equipos de los Subcommittees: TBD.

Todo miembro de PRSSA se puede postular a los Subcommittees. Las posiciones son **anuales** y requieren **hacer reportes en inglés**, por lo que se sugiere alcanzar al menos una competencia lingüística up-intermediate para postularse. Por favor, **aplicar con responsabilidad y compromiso**. Se está representando a UADE ante la PRSA.

Beneficios y requisitos para miembros de PRSSA

Requisitos

- Tener **interés** en las **relaciones públicas y la comunicación**.
- Tener **proactividad, vocación y una búsqueda constante de aprendizaje**.
- Aceptar el pacto de [compromiso del Chapter](#).
- **Membresía anual**: pagar una membresía de 55 USD para asociarte a PRSSA. Se paga 1 vez por año desde la página. En este link, podés acceder al manual para obtener tu membresía: https://drive.google.com/file/d/1l_MWGiUsqjTa1GehueR-RWzpXiDDoTkx/view.

En caso de tener problemas económicos para afrontar el pago, podés ponerte en contacto con:

- **Presidenta de UADE PRSSA:**
Florescia Agustina Gonzalez Saldías (saldiasagustina.g@gmail.com / +54 9 11 6434-4036)
- **Vicepresidenta de UADE PRSSA:**
María de los Ángeles Martínez (ma.angelesmz05@gmail.com / +54 9 11 3629-3312)

Beneficios

- Networking con Chapters de Estados Unidos y Latinoamérica.
- Newsletter semanal de PRSA y quincenal de PRSSA con las últimas noticias y tendencias del mundo PR.
- Workshops y eventos con profesionales nacionales e internacionales de la industria.

- Oportunidad de desarrollar nuevas habilidades mediante la práctica.
- Visitas a empresas y agencias de relaciones públicas y comunicación de Argentina.
- Oportunidad para escribir en blogs académicos de PRSSA con visibilidad internacional.
- Descuentos en conferencias internacionales de PRSA y PRSSA National.
- Biblioteca virtual de apuntes.
- Posibilidad de participar en competencias internacionales de comunicación.
- Posibilidad de ganar premios y becas de la PRSSA. Más información en <https://www.prsa.org/prssa/scholarships-awards/individual-scholarships>.

Web y redes

PRSA:

- [Web](#)
- [LinkedIn](#)
- [Instagram](#)

PRSSA:

- [Web](#)
- [LinkedIn](#)
- [Instagram](#)

¿Cómo ser un buen profesional?

Tenemos un [código de ética](#) creado por PRSA, para ejercer la profesión de la mejor forma, manteniendo los estándares.

Valores principales de PRSSA

Aquellas creencias esenciales que guían los comportamientos y procesos de toma de decisiones en PRSSA, y consideramos vitales para la integridad de nuestra profesión.

- **Defensa:** Servimos al interés público actuando como defensores responsables de quienes representamos, proporcionando una voz en el mercado de ideas, hechos y puntos de vista para ayudar a un debate público informado.
- **Honestidad:** Nos adherimos a los más altos estándares de precisión y veracidad en promover los intereses de quienes representamos y en nuestra comunicación con el público.
- **Experiencia:** avanzamos en la profesión mediante el desarrollo profesional continuo, la investigación y la educación, construyendo comprensión mutua, credibilidad y relaciones entre diversas instituciones y públicos.
- **Independencia:** Ofrecemos asesoramiento objetivo a quienes representamos y somos responsables de nuestras acciones.
- **Lealtad:** Somos fieles a quienes representamos, a la vez que cumplimos nuestra obligación de servir al interés público.
- **Equidad:** Tratamos de manera justa a clientes, empleadores, competidores, colegas, proveedores, medios de comunicación y al público en general. Respetamos todas las opiniones y apoyamos el derecho a la libre expresión.

Chapter UADE PRSSA

Nuestro Chapter tiene su propia estructura, misión, visión, proyectos y objetivos, siempre alineados a los de PRSSA y PRSA.

Cada integrante de nuestra organización tiene un rol con un propósito específico que debe cumplir ya que es fundamental para nuestro crecimiento como organización y para poder acercarnos a nuestra visión. **Quien se sume al Chapter UADE PRSSA debe estar alineado y ayudar a cumplir este propósito.**

Visión de UADE PRSSA

- Ser una organización preprofesional con perspectiva global, referente de las relaciones públicas y la comunicación para estudiantes y futuros profesionales de Argentina, comprometida con la diversidad, la inclusión y el crecimiento y la profesionalización del campo.

Se busca que, en un futuro, haya personas que quieran estudiar relaciones públicas o comunicación en Argentina porque ven lo que se hace en UADE PRSSA. Tener perspectiva global también es parte de la visión ya que es el diferencial de la organización como parte de PRSSA.

Misión de UADE PRSSA

- Incentivar el desarrollo de la carrera profesional de nuestros miembros a nivel nacional e internacional mediante oportunidades de crecimiento profesional en un entorno sinérgico, ampliando su red profesional y ayudando a lanzar sus carreras.

Valores de UADE PRSSA

- **Proactividad:** Ser parte de UADE PRSSA implica actuar con iniciativa, asumir responsabilidades y tomar un rol activo en nuestro propio desarrollo profesional, buscando siempre aportar valor y crecer sin esperar a que otros marquen el camino.
- **Diversidad e inclusión:** Valoramos y promovemos un entorno diverso, respetuoso y accesible para todas las personas, celebrando distintas perspectivas y trayectorias.
- **Desarrollo:** Impulsamos el crecimiento constante de nuestros miembros y de la profesión, priorizando la experiencia y el fortalecimiento de habilidades a través de la práctica.
- **Compromiso:** Trabajamos con responsabilidad, calidad y dedicación para alcanzar la excelencia en cada proyecto y acción que emprendemos.
- **Trabajo en equipo:** Creemos en la fuerza de la colaboración; por sobre todo, somos un equipo que avanza unido hacia objetivos comunes.

Web y redes del Chapter

- [Web](#)
- [LinkedIn](#)
- [Instagram](#)

Estructura



Para conocer más sobre la organización del Chapter, podés leer nuestro [Estatuto](#).

Eventos destacados

- **District Conference**

Las District Conferences anuales son nuestro evento estrella. Estas conferencias cuentan con distintos paneles donde expertos de la industria discuten los últimos temas de las relaciones públicas y la comunicación. Además, realizamos sesiones de networking donde participan reconocidas consultoras, agencias, y organizaciones del rubro, dando a los estudiantes la posibilidad de conectar con profesionales.

Dentro de la organización de este evento, llevada a cabo desde el Chapter UADE PRSSA, nuestros miembros tienen la posibilidad de cumplir roles tanto de liderazgo y coordinación, como de apoyo en las tareas previas, durante y luego del evento.

La District Conference es una gran oportunidad para que las personas que asisten establezcan contactos y aprendan, y para que los miembros adquieran experiencia en planificación de eventos.



PR PERSPECTIVES
2023



READY, STADY, RACE!
2024



HOUSE OF PR
2025



NEXT GEN PR
2026

● Charlas, talleres y workshops

Desde la Comisión de Eventos se organizaron charlas, talleres y workshops orientados a complementar la formación académica de los miembros y acercarlos al mercado laboral. A través de estos espacios, los estudiantes pudieron profundizar en tendencias de la industria, adquirir herramientas prácticas y conocer distintas áreas de desarrollo dentro de la profesión.

Además, los encuentros permitieron interactuar con profesionales del sector que compartieron sus experiencias y aprendizajes, generando instancias de networking y crecimiento profesional. Estas actividades contribuyeron al desarrollo de habilidades clave como la comunicación, la creatividad, la oratoria y el pensamiento estratégico, fortaleciendo el perfil profesional de los miembros.



En 2025 se organizaron desde charlas con profesionales de diferentes industrias y talleres que apuntaban a el desarrollo de habilidades blandas y técnicas para los estudiantes.

● Visitas a agencias

Con el fin de acercar nuestros miembros a la profesión, desde la Comisión de Eventos organizan visitas a consultoras y agencias de comunicación y relaciones públicas. En las mismas, podemos conocer las oficinas, al personal y la forma de trabajo de cada una. Además, muchas veces tenemos la oportunidad de hablar con los directivos y obtener consejos invaluable para nuestro desarrollo profesional.



En 2025 hicimos visitas a Feedback Spread, Porter Novelli, MUCH, Huawei, Arcos Dorados, Accenture, Ketchum y Edelman.

- **Afters internos y externos**

Cada cierta cantidad de tiempo, desde la Comisión de Eventos y Member Services organizan afters para que nos encontremos todos para merendar, cenar o salir, más allá de lo que compartimos en las actividades diarias como miembros del Chapter. Estos eventos nos impulsan a conocernos más, a crear vínculos entre nosotros y conocer las otras comisiones.

Por otro lado, también participamos de un after externo junto con la Comisión de Jóvenes del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, donde pudimos conocernos, conectar con otros profesionales de la industria, conocer sus dinámicas de trabajo y perspectivas, y charlar.



- **Alianza con el UADE HUB**

Durante el año, participamos en distintos eventos organizados por el UADE HUB, como las “**Ferias de Emprendedores**”, donde contamos con stands propios junto a emprendedores y proyectos de la comunidad universitaria. Estas acciones nos permitieron dar a conocer el Chapter entre estudiantes de distintas carreras, aumentar nuestra visibilidad dentro de UADE y generar nuevos vínculos con profesionales de distintos rubros.

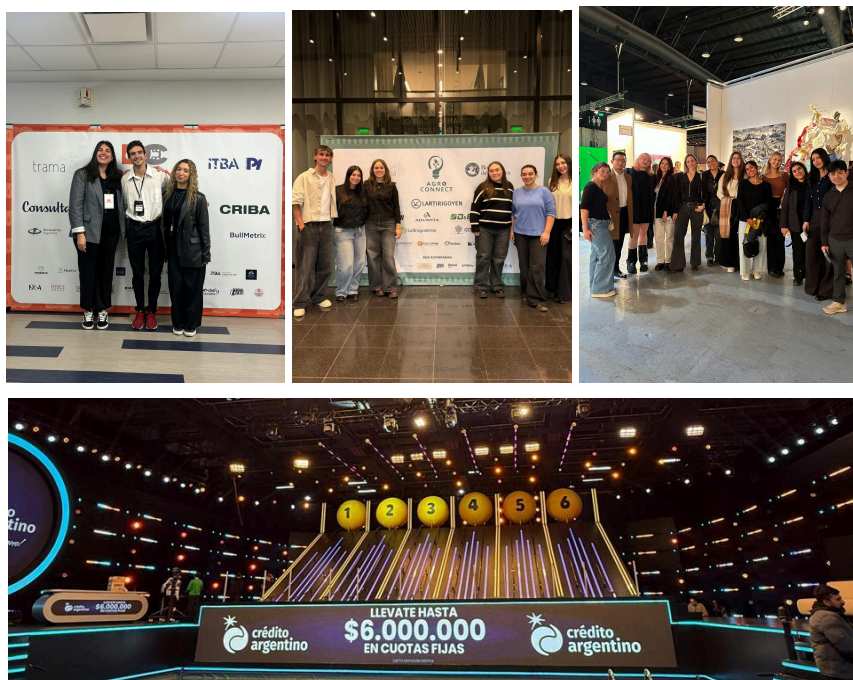
Además, recibimos un reconocimiento en los “**Premios UADE HUB 2025**” por nuestro compromiso y apoyo al ecosistema emprendedor, destacando nuestra participación activa dentro de este espacio.



- **Prácticas en eventos externos**

A lo largo del año, impulsamos la participación en eventos externos con el objetivo de acercar a nuestros miembros al mundo profesional. Desde eventos de la industria fintech hasta la cobertura de competencias universitarias, buscamos que los estudiantes puedan involucrarse activamente en distintos espacios, desarrollando habilidades vinculadas a la comunicación, organización, networking y trabajo en equipo.

Además, promovimos experiencias que permitieran conocer el detrás de escena de diferentes industrias y formatos de eventos, como *arteBA* y visitas a *Kuarzo Entertainment*, donde tuvimos la oportunidad de recorrer grabaciones de programas televisivos y conocer de cerca cómo funcionan grandes producciones y eventos en tiempo real. Estas experiencias no solo enriquecieron la formación de nuestros miembros, sino que también les permitieron ampliar su mirada sobre las múltiples oportunidades que ofrece el mundo de la comunicación y el entretenimiento.



- **Premios internacionales**

PRSSA organiza competencias internacionales de comunicación, para que sus miembros puedan participar y ganar premios para su Chapter. En este [link](#) podés conocer más sobre las diferentes competencias y requisitos.

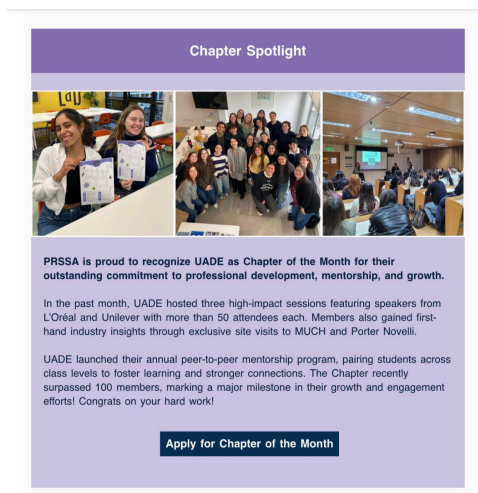
Todos los años se organiza el *LATAM Communication Challenge*, una competencia entre Chapters latinoamericanos donde se presentan campañas de relaciones públicas orientadas a una consigna específica. Conocé más en este [artículo](#) escrito por Facundo Luque en el Progressions.

Desde el 2021, el Chapter participa de esta competencia, ganando en 2021, 2023, 2024 y 2025. En 2022, el Chapter obtuvo el segundo puesto.



Ganadores del 2024: Agustina Gonzalez Saldías, Martina Torres Contarini, Mailén Domingo, Belén Sivila y Lucas Córdoba.

Además, en septiembre de 2025, el Chapter UADE PRSSA fue distinguido como **Chapter of the Month** por PRSSA, en mérito a su destacado compromiso con el desarrollo profesional, la mentoría y el crecimiento de sus miembros. Durante ese período, el Chapter organizó tres sesiones de alto impacto con speakers de L'Oréal y Unilever, superó los 100 miembros y lanzó su programa de mentoring. Este hito es el reflejo del esfuerzo y la pasión de todo el equipo, consolidando el lugar de nuestro Chapter en la escena internacional.



- **Viajes internacionales**

Leadership Assembly

Es una **conferencia organizada por PRSSA** a la que **cada Chapter** tiene la posibilidad de enviar hasta **dos representantes oficiales**: un delegado (se sugiere que sea el actual presidente del Chapter) y un presidente entrante o líder.

Todos los asistentes pueden participar en **sesiones de capacitación en liderazgo, reuniones de la Asamblea y eventos de networking**. Un delegado oficial de cada Chapter votará para elegir a los miembros del **International Committee 2027-2028** y posibles enmiendas a los estatutos de PRSSA.

En las sesiones de liderazgo de la Asamblea, los estudiantes pueden esperar:

- ➔ Crecer como líderes de su Chapter y de la industria.
- ➔ Aumentar su conocimiento sobre los programas nacionales de PRSSA.
- ➔ Fortalecer la relación de su Chapter con el International Committee.
- ➔ Aprender cómo preparar a los miembros para que hagan una transición exitosa a PRSA luego de su graduación.



ICON

ICON es la conferencia anual más grande de la industria de la relaciones públicas y la comunicación, donde los asistentes pueden formar una red de contactos y participar de paneles de desarrollo profesional increíbles. Desde paneles de speakers hasta sesiones informativas y de networking para conectar con nuestros pares, ICON es una oportunidad increíble para aquellos apasionados.



Transparentemos algunos errores:

A veces no todo puede salir tan bien (sí, solo a veces). Errar es humano, común, y obvio en equipos de trabajo. Siendo estudiantes nos equivocamos mil veces, pero de esas equivocaciones aprendemos. Es por eso que queremos ser transparentes a la hora de, no solo expresar nuestros aciertos, sino también nuestros errores. Tenemos situaciones en las que no nos va tan bien, nos frustramos, pero siempre terminamos saliendo a flote. Con ustedes, algunas de ellas:

- **Miembros (casi) comprometidos a participar:** Casi es la palabra. Miembros que se comprometen inicialmente a colaborar, no faltar a los eventos, a cumplir sus tareas, a contestar los mensajes, y terminan sin hacerlo o desaparecen. De la manera más acorde posible, intentamos contactarlos y guiarlos para que se reincorporen a la comisión y volver a retomar sus tareas con el resto de los miembros (sin ellos no podemos seguir con el resto de las tareas, algo que intentamos recalcar **siempre** porque #TeamWork).
- **Participación en eventos:** en relación con el punto de arriba, muchas veces la participación en los eventos por parte de los miembros es escasa, dejando en evidencia nuestra relación con el speaker, quien se comprometió, se hizo un lugar en su agenda, y llegó con toda la onda a dar una charla sobre la temática, para encontrarse con pocas personas para presenciarla. Nos gustaría que pase menos, pero es una realidad.

Dinámica de trabajo de las comisiones:

Para todas las comisiones, pretendemos la misma dinámica por igual, donde se tengan en cuenta ciertas cosas a la hora de trabajar y llevar adelante un equipo de trabajo.

- **Organización interna:** creemos en lo importante que es que cada comisión tenga su propio Drive, donde todos puedan acceder y mantenerse actualizados sobre los documentos ongoing, status de proyectos, etc. Las planillas de Excel también son una gran herramienta a la hora de trabajar, Nos permiten volcar información de manera ordenada y funcionan como un gran aliado a la hora de gestionar proyectos en equipo.

- **Sistema de strikes y puntos:**
 - **Strikes:** en el Chapter mantenemos un sistema de strikes (sanciones individuales ante faltas reiteradas de compromiso). La finalidad del mismo es dar seguimiento al cumplimiento de responsabilidades y asegurar una participación activa y respetuosa. La Comisión Directiva mantendrá unas grillas de seguimiento de miembros y evaluará cada situación, pudiendo asignar strikes en casos de inasistencias injustificadas, incumplimiento de tareas o comportamientos inadecuados. Al acumular tres strikes, el miembro pasará a ser considerado pasivo.
 - **Puntos:** proponemos un sistema de puntos como forma de reconocimiento a los miembros que se destacan en las comisiones y participan activamente tanto en las actividades del Chapter como de la PRSSA. Los dos miembros que acumulen la mayor cantidad de puntos de cada comisión recibirán un **diploma de miembro destacado**. La finalidad es resaltar el camino y el trabajo del miembro, en agradecimiento por la responsabilidad y compromiso generado a través del tiempo.
- **Conducta y convivencia:** El Chapter aplica una política de tolerancia cero ante cualquier tipo de agresión, acoso o discriminación, sin importar el contexto o la intención.
- **Comunicación abierta y espacio de vinculación:** creemos que la comunicación abierta es esencial para el buen funcionamiento de cada comisión y del Chapter. Desde la Comisión Directiva nos proponemos fomentar un espacio de diálogo abierto entre los miembros y, a su vez, con el equipo de directiva, generando un espacio de confianza para conversar sobre avances, desafíos, aspectos a mejorar, reconocimiento de logros y el compromiso del equipo.

Comisiones de trabajo

Es fundamental leer cada parte de esta sección. Vamos a presentar formalmente a las distintas comisiones, sus objetivos específicos y su forma de trabajar. Aunque no sea de tu interés sumarte, siguen siendo parte de la organización. Es esencial tener conocimiento de todas las áreas, de sus funciones y objetivos para no contradecirlos y alinearnos entre el trabajo de todos los miembros.

Comisión Directiva

Función: encargada de establecimiento, coordinación y seguimiento de la estrategia general del Chapter. Establece el calendario anual de actividades y relaciones institucionales del Chapter.

Objetivos particulares de la comisión

- Postularse al menos a 3 de los [Chapter Awards de PRSSA](#) y obtener al menos 1 de ellos en 2027.
- Incrementar el total de miembros inscriptos al Chapter en un 25% antes del 2 de junio del 2025.
- Alcanzar una tasa de renovación del 60% de las membresías para el próximo ciclo 2026/27.
- Lograr que al menos el 75% de los miembros haya participado en al menos 3 actividades del Chapter (reuniones generales, visitas a agencias y empresas, actividades de team bonding, entre otras) antes del 30 de abril del 2027.

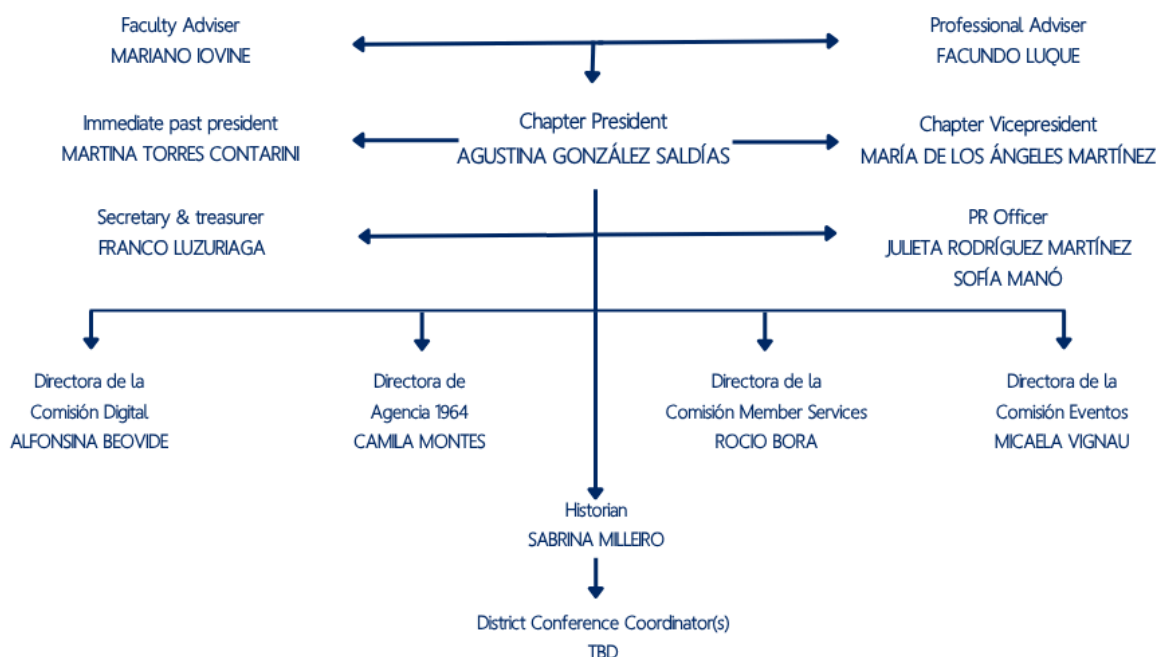
- Lograr que al menos el 25% de los miembros participe en iniciativas de PRSSA (escribir para Progressions, reuniones mensuales de PRSSA, participación en un subcomité, concursos, becas, entre otros) antes del 30 de abril del 2027.
- Lograr que al menos el 10% de los miembros del Chapter UADE PRSSA sean de una carrera de UADE distintas a relaciones públicas y comunicación global antes del 30 de abril del 2027, fomentando la diversidad de perfiles y promoviendo una visión interdisciplinaria del ejercicio profesional.
- Organizar una actividad de intercambio o encuentro social con miembros de al menos 2 organizaciones de relaciones públicas y comunicación (ya sean nacionales o internacionales) antes del 30 de abril del 2027.
- Organizar una instancia de capacitación de líderes y directoras antes de agosto del 2026.

Proyectos

- Organizar reuniones mensuales (tanto presenciales como virtuales) para fomentar el conocimiento entre los miembros.
- Organizar reuniones con Chapters de Latinoamérica y Estados Unidos.
- Organizar reuniones formales e informales de relacionamiento con el consejo de jóvenes PR.
- Desarrollar un programa de relacionamiento con nuestro Chapter Sponsor PRSA Miami.

Organigrama 2026/27

Comisión Directiva



Workflow

- Reuniones semanales con todo el equipo para hacer seguimiento del trabajo de las comisiones.
- Reuniones de estatus bimestral con el Faculty Adviser y Professional Adviser.
- Registro de la actividad de la comisión mediante minutas de reunión y recopilación de documentos en el Drive del Chapter.

Como comisión, nos organizamos en base a objetivos anuales y semestrales. Además, mantenemos un calendario donde planificamos las distintas reuniones y actividades de cada comisión y del Chapter en general. También registramos la disponibilidad de nuestros miembros (en relación a trabajo, estudios, viajes, etc.) para reasignar tareas o cubrir funciones cuando sea necesario.

Objetivos anuales	KPI / Indicador	Deadline	Responsable/s	Estado	Comentarios
Tarea y objetivo redactado SMART	Indicador de que se ha alcanzado el objetivo	Fecha en la que se debe haber completado el objetivo	Presidenta	Sin empezar	Acá detallamos lo que se debe hacer. Aprovechamos el espacio para dejar links y los últimos avances para alcanzar el objetivo.
Objetivos semestrales	Responsable/s	Julio	Diciembre	Abril	Comentarios
Tarea y objetivo redactado SMART	Directora de Eventos	En proceso	No comenzó	No comenzó	Acá detallamos lo que se debe hacer. Aprovechamos el espacio para dejar links y los últimos avances para alcanzar el objetivo.

Roles y contactos

Chapter President: Agustina González Saldías | saldiasagustina.g@gmail.com

Immediate Past President: Martina Torres Contarini | mtorrescontarini.prssa@gmail.com

Chapter Vice President: María de los Ángeles Martínez | ma.angelesmz05@gmail.com

Secretary & Treasurer: Franco Luzuriaga |

PR Officer: Julieta Rodríguez Martínez | julirodriguezmartinezglocom@gmail.com

Sofía Manó | sofymano@gmail.com

Directora de Member Services: Rocio Bora | borarocio2@gmail.com

Directora de Eventos: Micaela Vignau | mvignauu@gmail.com

Directora de Digital: Alfonsina Beovide | alfonsinabeovidebarrera@gmail.com

Directora de Agencia 1964: Camila Montes | montescamila2109@gmail.com

Historian: Sabrina Milleiro | sabrina.milleiro@gmail.com

District Conference Coordinators: TBD

Comisión Digital

La Comisión Digital se organiza mediante una metodología de trabajo colaborativa basada en proyectos, orientada al desarrollo integral de habilidades vinculadas a la comunicación digital y la gestión estratégica de redes sociales.

La comisión tiene como objetivo **gestionar la comunicación oficial del Chapter UADE PRSSA** y, al mismo tiempo, **generar un espacio de aprendizaje práctico** donde los miembros puedan desarrollar herramientas profesionales aplicadas al entorno digital.

A través de la participación activa en proyectos, campañas y producciones de contenido, los miembros adquirirán experiencia en planificación estratégica, creatividad, diseño gráfico, edición y producción audiovisual, copywriting y gestión de contenidos.

El enfoque de la Comisión Digital es difundir información institucional del Chapter UADE PRSSA, incluyendo eventos, visitas a consultoras, logros y demás proyectos desarrollados por la organización. Nuestro objetivo principal no es únicamente sumarnos a tendencias digitales, sino también analizar casos relacionados con las relaciones públicas y la comunicación desde una perspectiva joven, estratégica y profesional.

La actualización constante y el compromiso con el entorno digital son fundamentales para el desarrollo de la comisión. Por este motivo, se fomenta el seguimiento permanente de tendencias, herramientas, formatos y dinámicas de comunicación, promoviendo posteriormente el intercambio de conocimientos y aprendizajes entre los miembros.

Además, la Comisión Digital mantiene un contacto constante con las demás comisiones del Chapter con el objetivo de garantizar una comunicación integrada, coherente y alineada con la identidad institucional de la organización.

Objetivos específicos

- Alcanzar los 3.000 seguidores en Instagram de manera orgánica en un plazo de 6 meses, a partir de mayo de 2026.
Actualmente, la cuenta cuenta con 2.683 seguidores (mayo 2026).
- Aumentar un 10% el engagement en Instagram en un plazo de 12 meses, a partir de mayo de 2026.
KPI: Tasa de engagement.
Actualmente, la cuenta presenta un 2,80% de engagement (mayo 2026).
- Incrementar el nivel de interacción y derivación de tráfico desde Instagram hacia el sitio web del Chapter, alcanzando al menos 250 clics en un plazo de 6 meses, a partir de mayo de 2026.
KPI: Click Through Rate (CTR).

- Fortalecer la presencia institucional del Chapter UADE PRSSA en LinkedIn mediante el aumento del engagement orgánico y las interacciones profesionales, incrementando en un 40% el promedio semestral de interacciones en un plazo de 9 meses, a partir de mayo de 2026.

Actualmente, la cuenta cuenta con un 11,8% de engagement.

- Lanzar oficialmente la cuenta de TikTok del Chapter UADE PRSSA durante el ciclo 2026, desarrollando contenido dinámico y cercano enfocado en experiencias universitarias, coberturas de eventos, tendencias digitales y comunicación institucional adaptada a la plataforma.
- Desarrollar una estrategia audiovisual institucional mediante la producción de al menos 10 episodios de entrevistas con profesionales y referentes de la comunicación, relaciones públicas y áreas afines, abordando temáticas y problemáticas vinculadas al entorno profesional antes de finalizar el ciclo 2026.
- Fortalecer el posicionamiento del Chapter UADE PRSSA como espacio de formación y referencia académica en comunicación y relaciones públicas mediante la generación de contenido educativo, estratégico y audiovisual en sus plataformas digitales.
- Promover el desarrollo profesional de los miembros de la Comisión Digital mediante la participación activa en proyectos de planificación, producción de contenido, campañas y producciones audiovisuales aplicadas a entornos reales de comunicación institucional.

Proyectos

- Lanzamiento del proyecto audiovisual en septiembre de 2026.
- Crear la cuenta oficial del Chapter UADE PRSSA en TikTok durante los primeros 2 meses de gestión de la nueva directiva.
- Elaboración de análisis de casos aplicados a Relaciones Públicas en publicaciones mensuales en LinkedIn, con un enfoque joven y local, en línea con las temáticas impulsadas por PRSSA National.
- Asistir a otras comisiones en proyectos gráficos específicos.
- Brindar workshops a miembros de la comisión y para todo aquel que solicite ser capacitado.

Estrategia

Planteamos ejes de contenido para crear contenido lineal en base a ellos, estos 3 pilares principales para elaborar contenido son:

1. **Eje “Chapter UADE PRSSA”:** Debe representar el **30%** del contenido publicado. Se enfoca en todas aquellas comunicaciones que tengan que ver exclusivamente con información institucional. Incluye eventos, actualizaciones, convocatorias y acciones organizadas por el Chapter. Responde al objetivo de *dar a conocer al Chapter, fortalecer la comunidad y derivar tráfico hacia el sitio web institucional*.
2. **Eje “PR & Comunicación”:** Debe representar el **45%** del contenido publicado. Comprende todo el contenido relacionado con nuestra profesión. Incluye campañas destacadas,

conceptos clave, entrevistas con profesionales, newsletters, colaboraciones con otros Chapters o consultoras, y episodios del podcast. Este eje se vincula con el objetivo de *generar engagement, fortalecer el reconocimiento del Chapter y posicionarnos como referentes dentro del ámbito profesional.*

3. **Eje “Tendencias Digitales & Cultura Online”:** Debe representar el **25%** del contenido publicado. Está orientado a los fenómenos digitales actuales: virales, memes, cambios de algoritmos, hábitos de consumo y nuevas plataformas o formatos. Busca acercar a los miembros al funcionamiento del ecosistema digital actual desde una mirada estratégica. Se vincula con los objetivos de generar contenido relevante en redes sociales, aumentar el engagement y fortalecer el criterio comunicacional de los miembros.

Pilares fundamentales

1. **Trabajo en equipo:** Este pilar busca garantizar que el proceso de trabajo dentro de la comisión sea verdaderamente colaborativo. Cada proyecto, campaña o pieza deberá desarrollarse de manera conjunta, respetando la estrategia general definida por la directiva y fomentando la participación activa de todos los miembros.

Se promoverá un espacio donde los integrantes puedan aportar ideas libremente, intercambiar perspectivas, brindar feedback constructivo y asumir responsabilidades compartidas. El objetivo es fortalecer la producción colectiva, la coordinación interdisciplinaria y el compromiso con los objetivos de la comisión y del Chapter.

2. **Actitud proactiva:** La Comisión Digital requiere miembros comprometidos, con iniciativa y capacidad de adaptación al entorno digital. Se fomenta una actitud proactiva orientada a la búsqueda constante de nuevas ideas, tendencias, herramientas y oportunidades comunicacionales.

El desarrollo de propuestas innovadoras y la participación activa en proyectos son fundamentales para potenciar la notoriedad del Chapter y fortalecer el impacto de su comunicación institucional.

3. **Creatividad:** No se refiere únicamente a habilidades artísticas. La creatividad es la capacidad de diversificar formatos, adaptar mensajes y encontrar formas disruptivas de lograr notoriedad. Es un proceso que se desarrolla y fortalece como cualquier otra habilidad. Para fomentarla, se promoverán espacios de brainstorming creativo en equipo, donde todos puedan aportar ideas sin filtro, experimentar y construir en conjunto los conceptos que guíen las piezas y campañas.
4. **Análisis estratégico:** La Comisión Digital promueve el pensamiento analítico y el uso de métricas como herramientas fundamentales para evaluar el desempeño de las acciones de comunicación.

El análisis estratégico permite comprender el impacto de los contenidos, identificar oportunidades de mejora y optimizar la toma de decisiones. El feedback constante será parte

esencial del trabajo de la comisión, impulsando procesos de revisión, aprendizaje y mejora continua.

5. **Aprendizaje constante:** Se fomentarán espacios de intercambio, capacitación y trabajo aplicado donde los miembros puedan adquirir nuevas habilidades, ampliar sus conocimientos y enfrentarse a desafíos reales vinculados a la comunicación digital y la gestión de redes sociales.

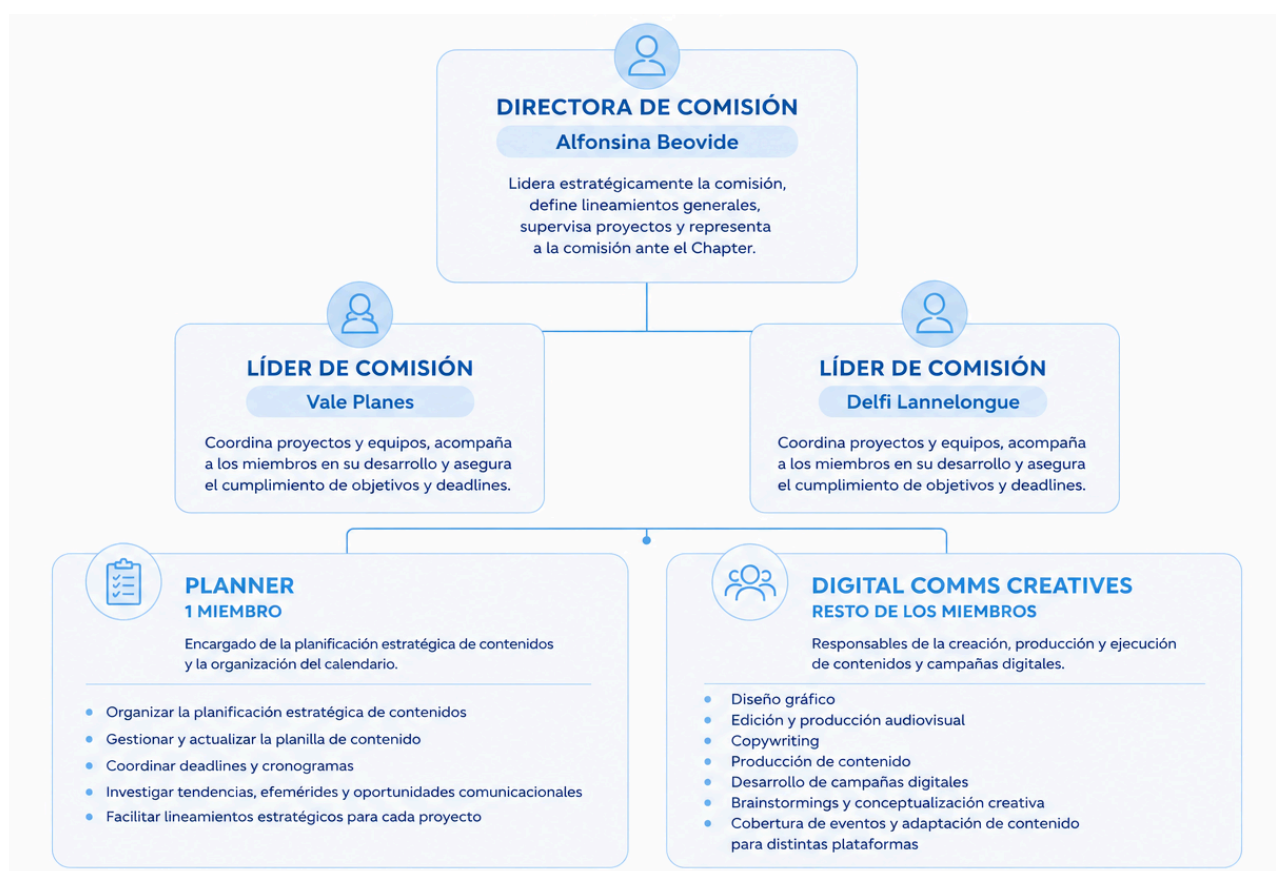
El objetivo es que cada integrante pueda desarrollarse tanto desde lo técnico como desde lo estratégico a través de la experiencia cotidiana dentro de la comisión.

6. **Comunidad & Compañerismo:** Este pilar se centra en construir un clima humano sólido dentro de la comisión. El objetivo es generar un entorno de confianza, respeto mutuo y apoyo entre los miembros.

Se buscará fortalecer el sentido de pertenencia a través de iniciativas que promuevan la cercanía y la empatía, como dinámicas de integración, encuentros virtuales semanales para mantener el contacto frecuente y reuniones presenciales mensuales que refuercen los vínculos personales y profesionales.

La comunidad es la base emocional sobre la cual se construye el trabajo colectivo.

Workflow



Descripción de los roles

Planner

El Planner es el encargado de la planificación estratégica y organizacional del contenido desarrollado por la Comisión Digital.

Su función principal es coordinar el flujo de trabajo de los proyectos y campañas mediante la calendarización de contenidos, organización de publicaciones y seguimiento operativo de cada pieza comunicacional.

El Planner trabaja de manera coordinada junto a la Directora, Líderes y Digital Comms Creatives, asegurando que cada proyecto mantenga coherencia estratégica, cumplimiento de deadlines y alineación con los objetivos comunicacionales del Chapter.

Responsabilidades del Planner

- Organizar y actualizar la planilla de contenidos.
- Coordinar fechas de publicación y cronogramas de trabajo.
- Planificar contenido según objetivos estratégicos y campañas vigentes.
- Investigar tendencias, efemérides y oportunidades comunicacionales.
- Establecer lineamientos generales para cada pieza o proyecto.
- Supervisar el estado de avance de publicaciones y entregas.
- Facilitar la comunicación entre las distintas áreas de trabajo.
- Realizar seguimiento de contenidos y necesidades operativas.

El Planner utilizará herramientas colaborativas de organización y seguimiento para garantizar un flujo de trabajo ordenado y eficiente dentro de la comisión.

La actualización constante de la planilla será fundamental para garantizar la correcta coordinación de proyectos y la organización interna de la comisión.

	Fecha	Temática del post	Red Social	Tipo de post	Estado Investigación	Diseño	Copy	Eje	KPI		Investigación	Diseño	Responsables	
									Alcance	Likes			Copy	
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														
17														
18														
19														
20														
21														
22														
23														
24														
25														
26														
27														
28														

Digital Comms Creatives

Los Digital Comms Creatives son los miembros encargados de desarrollar las piezas y contenidos digitales del Chapter UADE PRSSA.

Participan activamente en la producción creativa y estratégica de proyectos, trabajando de manera colaborativa en distintas áreas de la comunicación digital.

Su función es transformar los lineamientos estratégicos definidos en piezas y contenidos adaptados a las distintas plataformas de comunicación del Chapter.

Los Digital Comms Creatives podrán participar en distintas áreas creativas y productivas, incluyendo:

- Diseño gráfico.
- Edición y producción audiovisual.
- Copywriting.
- Producción de contenido.
- Desarrollo de campañas digitales.
- Cobertura de eventos.
- Brainstormings y conceptualización creativa.
- Adaptación de contenido para distintas plataformas.
- Desarrollo de piezas institucionales y promocionales.

Responsabilidades

- Desarrollar piezas visuales y audiovisuales alineadas con la identidad institucional.
- Redactar copys y textos para plataformas digitales.
- Adaptar contenidos según formato, público y plataforma.
- Participar activamente en brainstormings y procesos creativos.
- Cumplir con deadlines y cronogramas establecidos.
- Mantener comunicación constante con el Planner y líderes de comisión.
- Colaborar en proyectos interdisciplinarios dentro del Chapter.

Desarrollo creativo y aprendizaje

La participación en múltiples áreas de trabajo busca fomentar el desarrollo de habilidades técnicas, estratégicas y creativas aplicadas al entorno profesional de la comunicación digital.

La comisión promoverá la exploración de herramientas, formatos y dinámicas de trabajo que permitan a los miembros adquirir experiencia práctica y construir proyectos aplicables a su desarrollo académico y profesional.

Proyecto Audiovisual



***Aclaración:** la cantidad de personas que ocupan cada rol estará determinada por la cantidad de miembros en la comisión

Herramientas claves para diseño del Chapter

Todo el contenido se desarrolla en una aplicación común a todos los miembros debido a sus características y las posibilidades que brinda: **Canva**.

Todos los miembros de digital tienen acceso al **Team Harry**, un equipo de trabajo que nos permite a todos tener **Canva Premium** (con todos los beneficios que esto conlleva).

Se está permitido utilizar el **Kit de Marca** correspondiente al Chapter UADE PRSSA. **Queda absolutamente prohibido utilizar el kit de marca de otras empresas.**

Cada miembro accede a este equipo como estudiante, ya que es una cuenta creada por docentes ex miembros del Chapter que administran el uso del canal.

El canal está autorizado para hacer presentaciones, trabajos, cualquier tipo de diseño que necesiten para la facultad u otros usos. Éstos no se comparten ni se ven por el resto, a menos que se comparta con el Team Harry.

Todo trabajo que sea desarrollado para la comunicación del Chapter debe ser compartido para editar a todo el Team Harry. Es muy importante no olvidar esto, así todos los miembros tienen acceso y el trabajo resulta más fluido. Si esto no se hace, es imposible que los demás compañeros vean su trabajo.

Además, el equipo directivo de la comisión contará con **acceso a CapCut Pro**, herramienta que podrá utilizarse en casos necesarios para la elaboración, edición o descarga de producciones audiovisuales desarrolladas por la comisión.

Tono de comunicación (Instagram):

- Apuntamos a un público juvenil, compañeros de la facultad y jóvenes (18 - 25 años). El tono es informal pero no vulgar. Debe ser coloquial y que demuestra cercanía. Le estamos hablando a un compañero más. Mirar manual y prestar atención a las indicaciones en él.

Tono de comunicación (LinkedIn):

- En esta red nos miran las empresas. Debemos tener un lenguaje corporativo, ético y formal. No aceptamos un tono coloquial. Mirar manual y prestar atención a las indicaciones en él.

Tono de comunicación (Tik Tok)

- El contenido de TikTok deberá mantener una comunicación cercana, dinámica y adaptable a las tendencias propias de la plataforma, sin perder la identidad profesional del Chapter UADE PRSSA.

El objetivo será generar contenido espontáneo y auténtico, sustentado principalmente en experiencias, coberturas de eventos, vida universitaria y trends alineadas con el universo de las relaciones públicas y la comunicación.

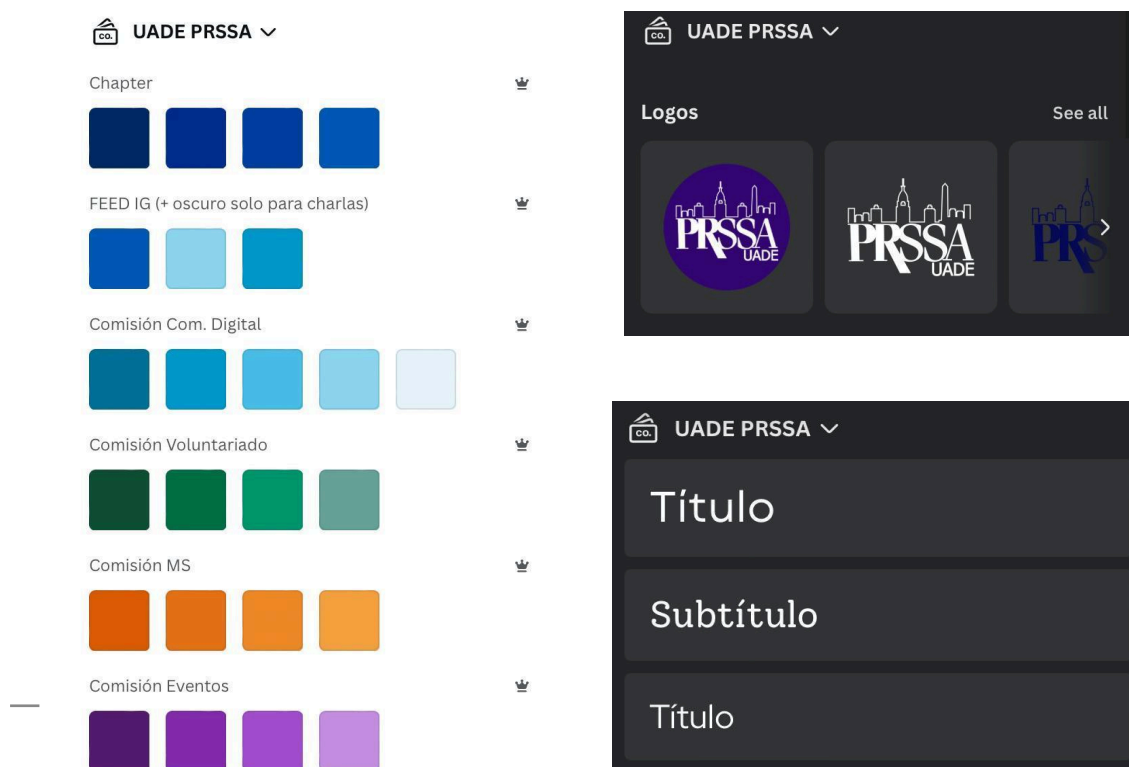
El tono comunicacional deberá ser cercano, creativo, actual y descontracturado, permitiendo fortalecer la conexión con estudiantes y jóvenes profesionales mediante contenidos ágiles, entretenidos y alineados con la comunidad del Chapter.

Identidad visual del Chapter UADE PRSSA

El Chapter tiene desarrollado un [manual de identidad visual](#), en donde se detallan los logotipos, las tipografías, los colores de cada comisión y ejemplos de aplicaciones.

Es necesario que todos los miembros del Chapter UADE PRSSA vean este manual.

Al sumarse al **Team Harry** en Canva, se tiene acceso tanto a los colores específicos y las tipografías, las cuales son fundamentales respetar a la hora de realizar los diseños.



Para más información o consultas, podés hablar con la **Directora de la Comisión Digital**:

[Alfonsina beovide](#) | + 54 9 2923 648454

O consultar en nuestras redes sociales [@uadeprssa](#)

Comisión Member Services

Función

Member Services es la comisión encargada de potenciar la experiencia de los miembros dentro del Chapter, trabajando sobre la comunicación interna, el clima organizacional, la integración y el desarrollo profesional. Nuestro objetivo es generar una comunidad activa, cercana y colaborativa, donde cada persona encuentre un espacio para crecer, participar y sentirse acompañada.

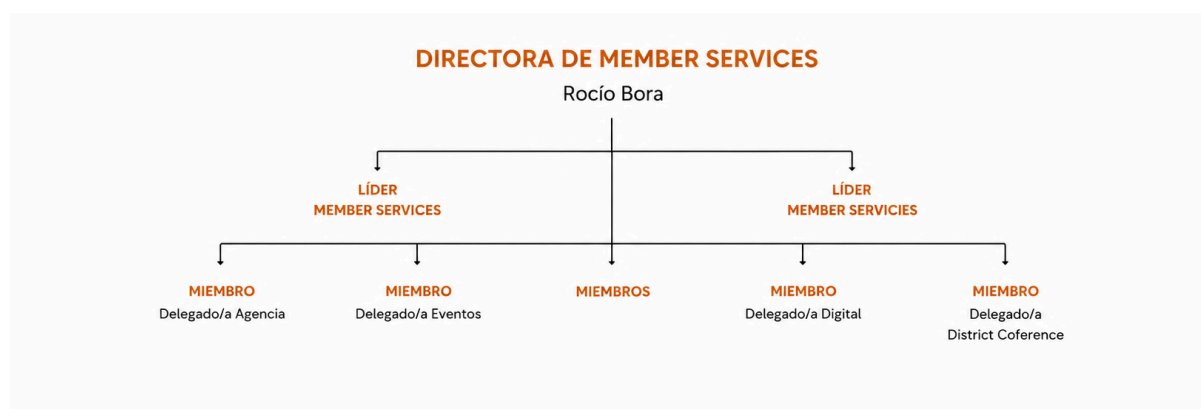
Desde la comisión buscamos fortalecer el sentido de pertenencia a través de proyectos que conecten a los miembros entre sí, impulsen vínculos genuinos y acompañen tanto el crecimiento personal como profesional. Además de trabajar sobre la satisfacción y motivación interna, promovemos iniciativas que permiten desarrollar habilidades, generar networking y construir experiencias significativas dentro del Chapter.

Member Services funciona como un puente entre las personas y la comunidad: escuchando necesidades, detectando oportunidades de mejora y creando espacios que fomenten la participación, la creatividad y el trabajo en equipo.

Objetivos

- Alcanzar el 70 % la tasa de respuesta en cada sondeo de clima interno.
- Alcanzar una satisfacción del 70 % en el Programa de Mentoring.
- Conseguir una asistencia del 50% en al menos dos “Bonding Time” del año.
- Organizar 2 instancias de Creative Swap con las comisiones de Eventos, Agencia 1964 y Digital.
- Realizar 3 encuestas de clima interno a lo largo del periodo.
- Organizar 2 encuentros de Red PR LATAM y que asista el 50% de los miembros del Chapter.
- Desarrollar una Community Base completa y actualizada con información estratégica de al menos el 70 % de los miembros.
- Generar, a partir de la Community Base, herramientas y oportunidades orientadas al desarrollo profesional y networking de los miembros.

Estructura



Los líderes permanecerán en su rol hasta el 1ro de mayo del 2027 y los delegados hasta el 1ro de junio. La propuesta es que los miembros de la comisión puedan elegir **al menos uno** de los proyectos de la comisión para participar sí o sí, brindándoles la posibilidad de ser parte de la cantidad de proyectos que consideren que pueden manejar por tema tiempos.

Workflow

Desde Member Services se trabaja con una dinámica basada en proyectos colaborativos. Cada miembro de la comisión deberá participar obligatoriamente en al menos un proyecto principal, con la posibilidad de sumarse a otros según sus intereses, disponibilidad y objetivos profesionales.

La estructura de trabajo busca fomentar la participación activa, la creatividad y la autonomía, permitiendo que los miembros puedan proponer ideas, mejoras y nuevas iniciativas dentro de cada programa. Los proyectos se desarrollan en equipos pequeños, con objetivos concretos, seguimiento constante y planificación flexible.

Las líderes estarán a cargo de acompañar determinadas iniciativas en particular, organizando tareas y facilitando el trabajo de cada equipo. Sin embargo, tanto las líderes como la directora participarán activamente del seguimiento integral de todos los proyectos, brindando apoyo estratégico, orientación y contención durante todo el proceso.

Durante el ciclo 2026/27, los programas principales de la comisión serán:

- **Delegados**
- **Seguimiento de desempeño de miembros**
- **Programa de Mentoring**
- **Clima Interno**
- **Community Base + Desarrollo Profesional**
- **Match LATAM**
- **Bonding Time**
- **Creative Swap**

Todos estos proyectos tienen como objetivo fortalecer la comunidad, potenciar el sentido de pertenencia, mejorar la experiencia de los miembros y acompañar su crecimiento personal y profesional dentro del Chapter.

Proyectos

Los principales programas que se llevarán adelante son:

- **Delegados:**

Cada comisión contará con un miembro asignado desde Member Services al que denominaremos “delegado”. El delegado actuará como un enlace entre su comisión asignada y Member Services, facilitando la comunicación y el seguimiento de miembros. Su rol se basará en enviar encuestas,

recordar la completación de las planillas de seguimiento, y servir como un espacio donde los miembros puedan pedir ayuda, recomendaciones o ser escuchados.

En resumen, se necesitarán 4 delegados (Agencia, Digital, Eventos y D.C.).

- **Seguimiento del desempeño de los miembros**

Desde Member Services colaboramos con todas las comisiones al crear planillas de seguimiento del trabajo de los miembros para que sean evaluados en base a competencias que desde el Chapter son consideradas clave.

Competencias: asistencia a las reuniones, proactividad individual, participación grupal, comunicación fluida (responder los mensajes del grupo), liderazgo y autogestión, conexión con director y líderes, búsqueda de feedback para mejorar, compañerismo (disposición a dar una mano a los compañeros de comisión).

Se calificará en 3 niveles: “sobresaliente”, “oportunidad de mejora” y “warning”, y en el caso de que esa competencia no haya podido ser evaluada, se completará el casillero con un guión (“-”).

Tareas:

- Creación de planilla de seguimiento.
- Recordar mensualmente a directores y líderes de las comisiones que lo completen.

Esta tarea será desempeñada por los delegados.

- **Clima Interno**

Se crearán encuestas para analizar el trabajo de las comisiones, cómo los miembros se sienten dentro de ellas y su relación con los líderes, entre otras cosas. Lo importante de esta encuesta es hacerla útil, distinguir posibles conflictos y brindarles recomendaciones a los líderes y directores. Después de cada encuesta, se realizará un breve informe o resumen con puntos de mejora y recomendaciones para hacerles llegar a los líderes y directores de cada comisión. Incluiremos la realización de entrevistas a los miembros de cada comisión que estén dispuestos, para profundizar las respuestas de las encuestas y poder brindarles a los directores y líderes otra fuente de información sobre la opinión de los miembros (ofreciendo para este reporte, la posibilidad de anonimato o con mención de nombre del miembro).

Tareas:

- Armado de formularios
- Seguimiento a los miembros para que los completen.
- Contacto y realización de entrevistas con los miembros que lo deseen.
- Análisis de respuestas.
- Armado de informe o resumen.
- Contacto y envío de informes a líderes y directores de cada comisión.

Para este proyecto necesitamos aproximadamente entre 4 a 6 personas.

- **Programa de Mentoring**

Este programa tiene como objetivo acompañar a estudiantes que recién inician la carrera, conectándolos con alumnos de años superiores que puedan guiarlos académica y profesionalmente.

¿Cómo se lleva a cabo el programa?

1. **Convocatoria de mentores:** Se convoca a estudiantes de 3° y 4° año mediante un formulario en el que completan información personal y sus intereses que luego se utilizará para crear perfiles anónimos y atractivos (formato “Tinder style”).
2. **Convocatoria de mentees:** Se les presenta la galería de perfiles de mentores para que elijan con quién les gustaría hacer *match*.
3. **Asignación y contacto:** Se recopilan las elecciones y se asignan los matches. Se contacta a ambas partes y se les entrega la información para que inicien el vínculo.
4. **Seguimiento:** Los miembros estarán encargados de monitorear las duplas, asistir ante dudas o dificultades, y garantizar el cumplimiento del cronograma del programa. Cada mes se realiza un *check-in* informal para ajustar lo necesario.

Tareas:

- ➔ Redacción y envío de formularios (mentores y mentees).
- ➔ Diseño y armado de perfiles anónimos.
- ➔ Coordinación de matches y comunicación entre pares.
- ➔ Seguimiento mensual del programa.
- ➔ Armado de publicaciones y stories en redes sociales para convocatorias y actualizaciones.
- ➔ Cierre y análisis de cada ciclo (opcional: encuestas de satisfacción). Realización de informes.

Para llevar a cabo este proyecto necesitamos aproximadamente entre 3 y 5 miembros.

- **Bonding Time!**

La idea de esta actividad es realizar al menos 3 encuentros de relacionamiento con todos los miembros del Chapter que puedan asistir.

El foco está puesto en potenciar las relaciones interpersonales para mejorar el clima interno dentro del Chapter. Como principal objetivo, se busca la integración de los nuevos miembros, permitiéndoles conocer y conectar con aquellos que ya llevan un tiempo dentro de la comunidad. Para lograr esto, se realizarán actividades en ambientes descontracturados, que nos permitan conocernos como miembros, más allá de las comisiones a las que cada uno pertenece o, en el caso de ser un miembro pasivo, tener la oportunidad de compartir un rato con otros.

Tareas:

- ➔ Idear actividades de encuentro y relacionamiento. Que se focalicen en conocer más del otro.

- Escoger locación, fecha, horario y estimar duración del encuentro (acorde a la comodidad de la mayoría). En caso de ser posible, reservar con anticipación.
- Realizar flyer con copy para invitar a los miembros a participar.
- Hacer un seguimiento de quienes van a asistir al encuentro. Excel de asistencia.
- Hacer un seguimiento post encuentro para evaluar la experiencia de los miembros.

Para este proyecto necesitamos, aproximadamente, entre 3 y 4 personas.

● **Creative Swap**

Su funcionamiento se da de la siguiente manera: durante un periodo determinado, miembros de distintas comisiones realizarán tareas en alguna otra que no sea su original (Members, Digital, Eventos o Agencia 1964). A su vez, esa comisión a la que ingresen, tendrá miembros propios participando en otra comisión. Lo que se busca es realizar un “intercambio de miembros” entre todo el Chapter. Esta iniciativa fomenta la empatía entre comisiones, el trabajo en equipo de forma integradora dentro del Chapter, la posibilidad de vivir la experiencia de otras actividades que se realizan en la comunidad y el aprendizaje de nuevas habilidades. El Creative Swap permite comprender los retos y procesos de cada área, estrechar la colaboración y generar ideas frescas desde perspectivas diferentes.

Tareas:

- Coordinar con las comisiones Digital, Eventos y Agencia 1964 los roles específicos a intercambiar y los periodos en los que se llevará a cabo el intercambio.
- Definir actividades y entregables concretos para cada rol (por ejemplo: diseñar un post, gestionar la promoción de un evento).
- Planificar el calendario de la jornada y diseñar la comunicación interna (convocatoria, instrucciones y cronograma). Crear flyer con copy.
- Determinar a una persona para que realice el seguimiento de cada miembro a intercambiar. Desde comunicarle que quedó en la comisión, hasta realizar el informe final de su experiencia.
- Facilitarle al miembro intercambiado un handbook de lo que debe hacer dentro de la comisión, al inicio del intercambio.
- Al finalizar la experiencia, realizar un informe de la experiencia del miembro en su intercambio y otro de la experiencia del equipo que lo acogió.
- Documentar aprendizajes, desafíos y oportunidades de mejora.

Para este proyecto necesitamos, aproximadamente, 3-5 personas.

● **Red PR LATAM**

Red PR LATAM es una iniciativa que busca conectar miembros del Chapter UADE PRSSA con estudiantes y miembros de Chapters de Latinoamérica mediante un sistema de matches basado en intereses, gustos y perfiles personales/profesionales.

A través de formularios dinámicos, los participantes podrán hacer match con personas de otros países con intereses similares, promoviendo el networking internacional, el intercambio cultural y profesional, y la creación de vínculos dentro de la comunidad PRSSA LATAM.

El objetivo es generar relaciones auténticas entre miembros, compartir experiencias y ampliar la mirada profesional a nivel regional.

Tareas:

- Armado y redacción de formularios de inscripción y matching.
- Coordinación con Chapters de LATAM.
- Organización de encuentros virtuales o dinámicas de integración.
- Seguimiento de matches y experiencia de los participantes.
- Creación de piezas de comunicación interna para convocatorias y actividades.
- Desarrollo de informes y métricas de participación.

Para este proyecto se necesitarán aproximadamente entre 3 y 5 personas.

● **Community Base**

Community Base es un proyecto enfocado en la construcción de una base de datos estratégica e integral del Chapter, pensada para optimizar el funcionamiento interno de la comunidad y potenciar el desarrollo profesional de sus miembros.

La idea es recopilar información relevante sobre intereses, habilidades, disponibilidad, áreas de interés profesional, herramientas, experiencias, participación dentro del Chapter y dinámicas de interacción. Esta información permitirá comprender mejor las necesidades y características de la comunidad para generar iniciativas más personalizadas y efectivas.

Además, la Community Base funcionará como una herramienta clave para impulsar oportunidades de desarrollo profesional, facilitando conexiones entre miembros y profesionales, recomendación de herramientas útiles, networking, mentorías, capacitaciones y propuestas alineadas a los intereses de cada persona.

También permitirá detectar patrones y mejorar la organización interna del Chapter, como franjas horarias de mayor interacción, niveles de participación y preferencias de actividades.

Tareas:

- Diseño de formularios y bases de datos.
- Relevamiento de información de miembros activos y pasivos.
- Organización y análisis de datos estratégicos del Chapter.
- Desarrollo de iniciativas vinculadas al crecimiento profesional y networking.
- Creación de oportunidades de contacto con profesionales y referentes.
- Identificación de necesidades e intereses de los miembros.
- Elaboración de informes y recomendaciones para mejorar la experiencia dentro del Chapter.

Para este proyecto se necesitarán aproximadamente entre 4 y 5 personas.

Para más información o consultas, contactarse con la **Directora de Member Services:**

Rocío Jazmín Bora | borarocio2@gmail.com | 11 6868-8411

Comisión Eventos

Función

Comisión encargada de llevar adelante la agenda del Chapter, sus actividades tanto internas como externas.

Objetivos

Objetivo general:

- Organizar un total de 15 eventos en el plazo de 10 meses.

Objetivos secundarios:

- Organizar 5 visitas a agencias o empresas en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Cantidad de visitas organizadas por semestre y el porcentaje de asistencia de miembros por visita.
- Organizar 5 workshops o charlas con profesionales en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Cantidad de workshops o charlas con profesionales organizadas por semestre, el porcentaje de asistencia de miembros y estudiantes externos del Chapter (en caso de que sea un evento abierto), y la tasa de satisfacción de los asistentes (formulario post evento).
- Organizar 4 encuentros de integración entre comisiones en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Cantidad de encuentros organizados, porcentaje de asistencia por encuentro y la tasa de satisfacción de los asistentes (formulario post evento).
- Organizar al menos 1 evento en colaboración con otra entidad (ej: UADE HUB, UADE Experience o el Consejo de Jóvenes de RRPP) en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Cantidad de colaboraciones realizadas, porcentaje de asistencia de miembros y estudiantes externos al Chapter.
- Contar con la participación en eventos de al menos 15 estudiantes de UADE externos al Chapter UADE PRSSA en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Cantidad de asistentes externos al Chapter y el porcentaje de asistencia de estudiantes externos al Chapter en relación al total de asistentes por evento.
- Lograr que al menos 30% de los miembros activos del Chapter UADE PRSSA participen al menos de 5 eventos en el plazo de 12 meses.
 - KPI: Porcentaje de miembros activos que participaron en 5 o más eventos y el porcentaje de asistencia por miembro activo en relación a todos los eventos.

Estrategias

- Priorizar la calidad y propósito de cada evento

Organizar actividades que tengan un enfoque claro y que le puedan aportar valor real a los miembros y asistentes. Por esta razón, cada evento deberá responder a un objetivo concreto como potenciar el networking, aprender sobre liderazgo, desarrollar habilidades digitales, entre otros.

- Trabajar en equipos durante todo el ciclo

Dividir a la comisión en equipos de trabajo permitirá mantener organización y claridad en la división de tareas, rotación de roles y participación en cada uno de los proyectos.

- Establecer un sistema de seguimiento continuo

Agendar reuniones virtuales quincenales para que cada equipo actualice avances de los proyectos que está tomando, compartan dudas e ideas. La directora junto a los líderes, guiarán y serán partícipes de todo el proceso.

- Colaborar con otras comisiones

Organizar eventos que no solo promuevan la integración entre comisiones, sino también el desarrollo de habilidades vinculadas con cada comisión.

- Organizar eventos con fines prácticos

Ofrecer actividades con herramientas aplicables en el corto plazo, que sean útiles para el desarrollo profesional de los miembros y asistentes. Por ejemplo, “Cómo armar un CV”, “Prepárate para una entrevista de trabajo” o “Aprende a usar Canva”.

- Establecer vínculos estratégicos

Impulsar la construcción de vínculos estratégicos con agencias, empresas y otras entidades que permitan generar espacios de aprendizaje, networking y que potencien el crecimiento profesional de los miembros del Chapter.

State of work & workflow

La Comisión de Eventos se organizará en 2 o 3 equipos de trabajo, según la cantidad de miembros activos. Cada equipo será responsable de llevar adelante los diferentes tipos de proyectos: charlas con profesionales, workshops, visitas a agencias o empresas y encuentros de integración entre comisiones.

Cada equipo estará liderado por una líder, encargada de coordinar tareas, mantener la motivación y reportar avances. La directora mantendrá reuniones individuales periódicas con cada líder de equipo para hacer seguimiento del proceso, acompañar en la toma de decisiones y asegurarse de que cada líder cuente con las herramientas y la confianza necesarias para guiar a su equipo.

Tanto los equipos como los roles rotarán cada 3 o 4 meses, una vez cumplidos los proyectos asignados para ese período. Esto permitirá que los miembros no trabajen siempre con las mismas personas, promoviendo una mayor integración dentro de la comisión y una experiencia más dinámica.

El objetivo es que los miembros puedan asumir distintos roles y participar activamente en todas las etapas del proceso —desde la planificación hasta la evaluación— para comprender de forma práctica cómo se lleva adelante un evento de principio a fin.

Proyectos

Cada uno de los proyectos propuestos para el ciclo 2025/26 tienen como objetivo ofrecer a los miembros del Chapter experiencias que los acerquen al mundo profesional, fortalezcan sus habilidades y fomenten el trabajo en equipo. A través de charlas, talleres, visitas y encuentros, se

busca crear espacios dinámicos, útiles y significativos, donde puedan aprender y conectar con otros estudiantes y profesionales. Se focalizará en los siguientes tipos de eventos:

1. Visitas: Recorridos guiados o encuentros en agencias o empresas para conocer cómo trabajan los equipos de comunicación en contextos reales. También puede incluir charlas breves con colaboradores en estos espacios.
2. Workshops: Talleres prácticos pensados para el desarrollo de habilidades específicas y aplicables en el corto plazo como diseño y edición, redacción, liderazgo, gestión de proyectos, entre otros. Pueden ser presenciales o virtuales y realizados en conjunto con otras comisiones o entidades.
3. Charlas con profesionales: Espacios donde se invita a profesionales del ámbito de la comunicación, relaciones públicas u otras áreas afines para compartir conocimientos, herramientas y experiencias. Pueden ser encuentros abiertos o exclusivos para miembros.
4. Actividades de integración interna: Actividades internas para fortalecer vínculos entre las distintas comisiones del Chapter, fomentar la colaboración y generar sentido de pertenencia. Serán organizados en conjunto con la Comisión Member Services con el objetivo de desarrollar propuestas formativas y de integración entre miembros.

Descripción de roles

Los roles dependerán de la cantidad de miembros activos que haya en la comisión y, al organizar varios eventos en simultáneo, la idea es que cada miembro tenga la posibilidad de involucrarse en distintas tareas según el proyecto en el que esté participando. Esto permitirá que el trabajo se reparta de manera más equitativa y que cada persona pueda entender y experimentar lo que implica organizar un evento de manera integral.

Charlas y workshops

Event Project Manager: Este rol es desempeñado por los líderes de la comisión, siendo responsables generales de cada evento. Se encargan de supervisar y coordinar el trabajo de todos los miembros del equipo, asegurándose de que cada parte del proyecto esté en tiempo y forma.

- Tareas específicas:
 - Organizar y liderar reuniones de equipo.
 - Armar cronograma general del evento (pre, durante y post) y verificar su cumplimiento.
 - Enviar actualizaciones con avances a la directora.
 - Estar a disposición de cada miembro para ayudarlo según surjan necesidades o problemas.
 - Realizar minutas post-reunión.

Coordinador de Relaciones Externas: Es el encargado de proponer temáticas y mantener un contacto fluído con el expositor del evento.

- Tareas específicas:
 - Ser el punto de contacto antes, durante y después del evento.
 - Investigar temas de interés para la audiencia.
 - Buscar y seleccionar potenciales invitados.

- Redactar los mensajes de contacto formal.
- Coordinar horarios y reuniones con el speaker

Coordinador de Logística y Operaciones: Es el encargado de todos los aspectos logísticos del evento, asegurándose de que el espacio, los materiales y la tecnología estén listos para que todo funcione.

- Tareas específicas:

- Ser el punto de contacto antes, durante y después del evento con FACO (Facultad de Comunicación).
- Reservar aulas, salones o gestionar links de eventos virtuales.
- Verificar el equipamiento técnico necesario.
- Coordinar materiales físicos o digitales necesarios.

Coordinador de Comunicación Interna: Responsable de mantener una comunicación fluida para que los miembros del Chapter UADE PRSSA estén informados sobre el evento.

- Tareas específicas:

- Difusión del evento por los canales internos como Whatsapp y mail.
- Agendar los eventos en Calendar y hacer seguimiento.
- Redactar mensajes, mails y flyers de recordatorio para miembros.
- Mantener contacto con los miembros invitados, respondiendo sus dudas.
- Realizar seguimiento previo y posterior al evento (confirmaciones, agradecimientos, etc.)

Coordinador de Comunicación Externa: Responsable de la comunicación externa al Chapter UADE PRSSA.

- Tareas específicas:

- Redactar mensajes, mails y flyers dirigidos a invitados y asistentes externos.
- Coordinar con la Comisión Digital el diseño y la difusión del evento en redes sociales.
- Mantener contacto con los asistentes, respondiendo sus dudas.
- Realizar seguimiento previo y posterior al evento (confirmaciones, agradecimientos, etc).

**Entre ambos coordinadores realizarán tareas en conjunto como:*

- ➔ Definir el cronograma de difusión del evento.
- ➔ Coordinar los mensajes clave para mantener coherencia en las comunicaciones.
- ➔ Armar lista de asistencia y hacer seguimiento de inscriptos. Durante el evento asegurarse de completar el listado.
- ➔ Estar ambos involucrados en la toma de decisiones en cuanto a la identidad del evento.

Coordinador de Hospitalidad: Asegurar una buena experiencia para los asistentes y speakers.

- Tareas específicas:

- Coordinar con la Secretary & Treasurer del Chapter UADE PRSSA catering y regalos para los asistentes e invitados.

- Como parte de esta gestión, se podrá contactar a marcas, emprendimientos o empresas para conseguir sponsors o donaciones que aporten al catering, regalos o materiales del evento.
- Supervisar la entrada y orden de los asistentes.
- Asegurar espacio de preguntas durante el evento.
- Creación del formulario de inscripción y feedback.
- Planificación de un sorteo u otras actividades para interactuar con los asistentes.

Evaluación del Proyecto: Todos los integrantes del equipo cumplirán el rol de evaluadores al finalizar cada evento, como parte de una instancia de trabajo colaborativo. Esto permitirá identificar fortalezas, oportunidades de mejora y aprendizajes, promoviendo una mejora continua en la producción de eventos.

- Tareas específicas:

- Participar activamente de una reunión posterior a cada evento.
- Contribuir en la elaboración de un informe conjunto con una evaluación individual sobre el desarrollo general de su rol: planificación, ejecución y resultados.
- Trabajar junto con los líderes y directora en la consolidación de este informe final para dejar un registro de lo logrado.
- Completar una encuesta de feedback individual post-evento para registrar aprendizajes, dificultades y sugerencias de mejora para futuras ediciones.

Visitas a agencias y organizaciones

Las visitas se organizarán entre 1 o 2 miembros por agencia u organización con el acompañamiento y guía de la directora y líderes de la comisión.

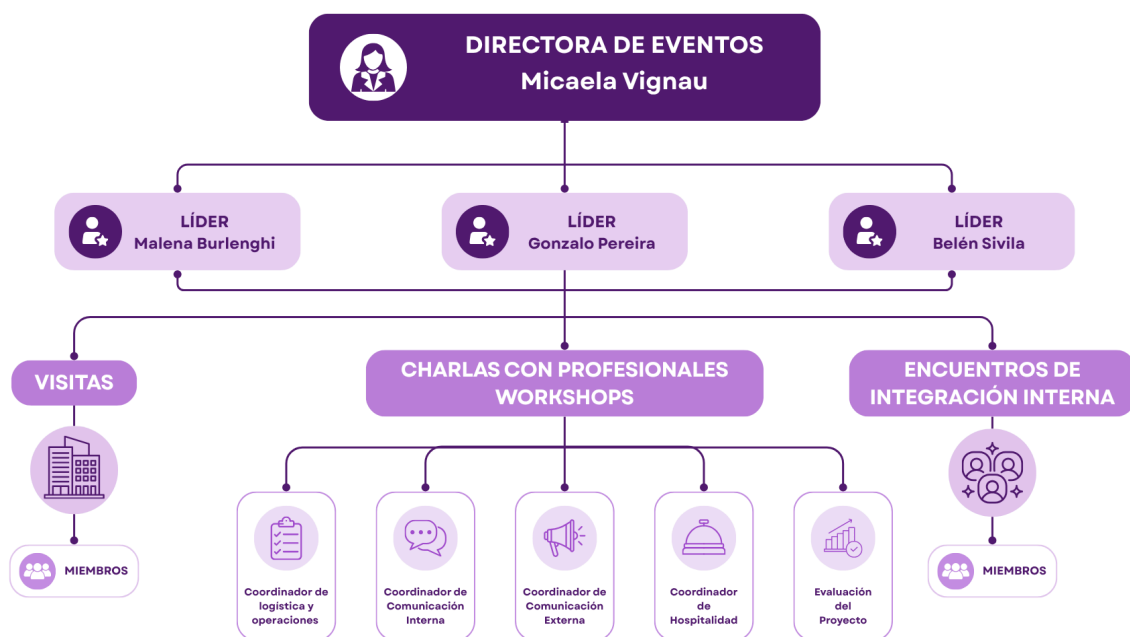
- Tareas específicas:

- Buscar y proponer una organización o agencia.
- Mapear a colaboradores de áreas relacionadas a la comunicación o recursos humanos.
- Contactar al colaborador para coordinar la visita.
 - Opcional: Coordinar una reunión.
- Definir fecha de la visita.
- Armar formulario de inscripción.
- Realizar la difusión en los canales internos.
 - Opcional: Coordinar con la Comisión Digital el armado de flyers atractivos.
- Hacer seguimiento de la participación de los miembros.

Actividades de integración interna

Se organizará de forma colaborativa entre la Comisión Eventos y Member Services y todos los miembros deberán participar en al menos una actividad de integración durante el período.

Estructura



Para cualquier duda contactarse con la **Directora de la Comisión Eventos:**

Micaela Vignau | mvignau@gmail.com | 2324-671977

Agencia 1964

Función

La agencia actualmente funciona como una comisión más del Chapter, luego de haber tenido su lanzamiento el 4 de abril de 2025 en la District Conference. Además, recientemente fue reconocida como una Student run-firm, llamada "Agencia 1964". La misma no solo tiene como objetivo operar como una agencia profesional independiente, sino que también se enfoca específicamente en fortalecer la comunicación de emprendedores y de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs).

El lanzamiento de Agencia 1964 y actual funcionamiento de la misma, representa una oportunidad invaluable para los estudiantes de UADE que quieran tener un primer contacto con el mundo laboral, debido a que al no tener experiencia previa en un trabajo similar, con la formación académica y las ganas de aprender y desarrollar habilidades cruciales, se obtendrá una comprensión profunda del funcionamiento de una agencia real.

Objetivos

Actualmente, en Agencia 1964, somos **reconocidos como la primera agencia de comunicación dirigida por estudiantes en Argentina**. Construimos un espacio que no solo brinda servicios de calidad, sino que también funciona como plataforma de aprendizaje, crecimiento y desarrollo profesional para los estudiantes.

Por eso mismo, uno de nuestros principales objetivos es **potenciar las habilidades y la experiencia laboral de cada estudiante que se suma al equipo**. Queremos que su paso por la agencia represente una oportunidad real de formación práctica, complementando la teoría aprendida en el aula con el ejercicio concreto de la profesión en contextos reales.

Asimismo, **buscamos que cada uno de nuestros clientes se sienta plenamente satisfecho con el trabajo realizado, valorando nuestro compromiso, profesionalismo y creatividad**. Nos motiva que la firma "1964" sea mencionada y recordada como sinónimo de excelencia y dedicación.

Para 2027, queremos que 1964 alcance mayor reconocimiento como una agencia de comunicación dirigida por estudiantes en Argentina y de espacio de desarrollo profesional, pudiendo obtener al menos diez repercusiones de prensa que destaquen nuestra innovación y calidad de servicio.

Diferenciales

1. **Somos una agencia gestionada por estudiantes académicos** con ideas innovadoras y creativas para aplicar en la comunicación, contribuyendo a su formación como profesionales del futuro.
2. Nos destacamos por ser un grupo de **jóvenes, entusiastas y disruptivos**, que no solo estamos cercanos a la teoría sino que además, tenemos mucho apego a la práctica. Nuestro entusiasmo y pasión por adquirir conocimientos, nos lleva a trabajar de manera voluntaria.
3. Entorno sinérgico y de aprendizaje constante, fomentando la integración de **diversos conocimientos y perspectivas**.
4. **Sin fines de lucro e impulsados por la pasión** de desarrollarnos profesionalmente, colaboramos con organizaciones para comunicar de manera auténtica los valores de las mismas.

5. Con el peso de pertenecer a la PRSSA, asociación americana que respalda nuestra profesión a nivel internacional, **contamos con herramientas, apoyo de profesionales y beneficios exclusivos** que nos permiten brindar asesoramiento integral y de calidad.
6. Como nativos digitales, **nos adaptamos fácilmente a las nuevas tendencias**. Entendemos la importancia de estar en constante aprendizaje de las herramientas de vanguardia, estamos actualizados en materia digital y resaltamos la importancia de incluir la tecnología en nuestro proyectos diarios.

Organigrama

La agencia está conformada por distintos equipos integrados por líderes y asesores que trabajan en conjunto para brindarles servicios a los clientes. Todos ellos son coordinados por la directora general, Camila Montes. Estos equipos brindan servicio tanto de Digital como de PR según lo que cada cliente necesite y requiera.

Ambos equipos cuentan con el respaldo y asesoramiento del Director de la carrera, un Professional Adviser, tutores y la Comisión Directiva de UADE PRSSA, lo que garantiza una formación constante y profesional.

Roles detallados

Directora General

Tiene una visión global del funcionamiento de la agencia. Su rol combina estrategia, liderazgo y representación institucional.

Funciones principales:

- Define los objetivos generales de la agencia y las metas por cliente.
- Supervisa el desempeño de los equipos y su alineación con los valores de 1964.
- Toma decisiones clave (estratégicas, comerciales, organizativas).
- Evalúa los potenciales clientes que podrían ingresar y desarrolla los contratos.
- Representa a la agencia ante la universidad, aliados externos y entornos profesionales.
- Acompaña a la coordinación y los líderes cuando se presentan desafíos complejos.

Es el faro: marca el rumbo y cuida que no se pierda la esencia de la agencia en el día a día.

Coordinadora General

Su rol es articular, acompañar y facilitar el trabajo entre los equipos y trasladarlo a la directora. Conecta la visión estratégica con la operación diaria, asegurando fluidez, foco y mejora continua.

Funciones principales:

- Acompañar semanalmente a los líderes para organizar, priorizar y destrabar temas.
- Detectar puntos de mejora en procesos, tiempos o vínculos, y proponer soluciones.
- Garantizar que la dinámica de trabajo esté alineada entre equipos y dirección.
- Escuchar, contener y guiar al equipo cuando se presentan obstáculos.

- Apoyar a la directora en la planificación general de la agencia.
- Organizar capacitaciones.

Es el puente: une lo grande con lo concreto, cuidando tanto los resultados como el clima de trabajo.

Líderes de equipo (por cliente)

Cada líder coordina a su equipo y es responsable de que el trabajo avance, se cumplan los tiempos y haya buen clima de colaboración.

Funciones principales:

- Asignar y delegar tareas a las asesoras y acompañar su ejecución.
- Hacer seguimiento semanal del cumplimiento de objetivos de cada asesor.
- Organizar y facilitar las reuniones con el cliente en las que tienen que estar presente los asesores.
- Detectar obstáculos o problemas en su equipo y comunicarlos a Coordinación.
- Proponer mejoras en procesos y aportar mirada estratégica sobre el cliente.

Los líderes son el motor del equipo: dan ritmo, organizan el trabajo y ayudan a que todo fluya.

Relacionamiento con el cliente del líder

- El líder será el nexo principal con el cliente y representará al equipo en las comunicaciones.
- Es requisito que toda la información conversada con el cliente sea compartida con el equipo. La transparencia es clave para un trabajo colaborativo.
- Se debe realizar al menos una reunión quincenal con el cliente para mantener el seguimiento del trabajo.
- A fin de cada mes, se debe enviar un reporte mensual, elaborado de forma colaborativa entre todo el equipo.
- Si el cliente se comunica por WhatsApp, se debe responder únicamente a través del grupo que incluye al cliente, el líder y las asesoras, para que todos estén al tanto.
- Si el canal de comunicación es por correo electrónico, se debe copiar a las asesoras en todos los intercambios, para asegurar la trazabilidad de la información.

Relacionamiento con el equipo:

- Todos los viernes, el líder debe enviar un status semanal a la directora, detallando las principales acciones realizadas por el equipo durante la semana.
- Brindar feedback a las asesoras, señalando tanto los aspectos positivos como aquellos a mejorar, con el objetivo de acompañar su desarrollo y mejorar el desempeño del equipo.

Asesoras

Son quienes ejecutan las acciones del plan de trabajo. Participan activamente, aportan ideas y son parte fundamental del funcionamiento.

Funciones principales:

- Cumplir con las tareas asignadas en tiempo y forma.
- Participar en reuniones con compromiso y escucha activa.
- Aportar ideas, soluciones y puntos de vista propios.
- Comunicar cualquier dificultad con anticipación.
- Colaborar con compañeras y actuar con responsabilidad profesional.

Las asesoras son el corazón operativo de la agencia: hacen que las ideas se vuelvan realidad.

Relacionamiento con cliente:

- Es importante que las asesoras participen activamente en el relacionamiento con el cliente, acompañando a su líder en el proceso.
- Es requisito que al menos una asesora esté presente en cada llamada con el cliente, junto con el líder.
- En las comunicaciones por correo electrónico, las líderes deben poner en copia a las asesoras para que estén informadas y puedan dar seguimiento.
- Participar de la comunicación con el cliente a través de los medios elegidos por este, por ejemplo grupo de Whatsapp.

Relacionamiento con el equipo:

- Ante cualquier situación personal, el miembro del equipo puede dirigirse inicialmente al delegado de miembros o a la líder. Si necesita expresarlo con otra persona, puede hacerlo con la coordinadora. Como última instancia, si la situación no se resuelve, puede acudir a la directora para que intervenga.
- Ante cualquier duda o problema relacionado con el cliente o con el trabajo (por ejemplo, si no se entiende cómo realizar una tarea), se debe comunicar siempre en el grupo del equipo, para asegurar una respuesta rápida y colaboración colectiva.

Actores externos

A su vez, se observa a los actores externos que brindan apoyo a la Agencia.

- **Comisión directiva de UADE PRSSA:** supervisores directos, quienes establecen las pautas generales y el enfoque de la Agencia.
- **Tutores:** el equipo será conformado principalmente por profesores de la universidad y otros profesionales externos, quienes proveerán de orientación académica y profesional, asegurando que las estrategias y prácticas sean exitosas.

En este marco, destacamos especialmente la colaboración de Valeria Gravenhorst, socia y fundadora de la consultora Comunicaciones Integradas, reconocida por su trayectoria en Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Valeria continúa brindando su apoyo a la

Agencia, ofreciendo asesoramiento, compartiendo su experiencia y acompañando de cerca el crecimiento de nuestro proyecto.

- **Professional Adviser:** ofrece su experiencia para guiar a la Agencia en sus actividades.
- **Faculty Adviser:** asegura que la Agencia esté alineada con los objetivos educativos y propicia una mirada externa para garantizar el correcto desempeño de la Agencia.

Nuestros servicios

1964 PR & Comms ofrece soluciones integrales en comunicación y relaciones públicas, adaptadas a las necesidades de cada cliente. Nuestro enfoque combina la creatividad con la estrategia para generar resultados efectivos y medibles.

➤ Comunicación digital para redes sociales

Gestionamos el contenido, identidad visual y planificación estratégica en RR.SS., con un enfoque centrado en la audiencia y los objetivos de la marca.

➤ Presencia en medios digitales

Desarrollamos campañas con influencers y acciones de visibilidad digital alineadas con el posicionamiento de cada cliente.

➤ Relaciones con medios de comunicación

Nos encargamos del vínculo con periodistas y medios, redacción de gacetillas y armado de bases de prensa.

➤ Organización y desarrollo de eventos

Planificamos y ejecutamos eventos institucionales, lanzamientos y encuentros de prensa.

➤ Desarrollo de estrategias y tácticas de comunicación

Creamos planes integrales que combinan lo digital y lo institucional, con seguimiento mediante KPIs y reportes mensuales.

En cada proyecto, trabajamos de forma colaborativa entre nuestros equipos de Digital y PR, garantizando una visión 360° en todas las acciones de comunicación.

Clientes

En Agencia 1964 trabajamos especialmente con emprendedores y organizaciones no gubernamentales (ONGs), brindándoles servicios de comunicación integrales, estratégicos y personalizados. Sabemos que, en la mayoría de los casos, este tipo de clientes no cuenta con grandes equipos especializados de comunicación, pero eso no significa que deban resignar calidad. Desde “1964”, se apuesta a brindar un servicio profesional, comprometido y de alto nivel, al igual que lo haría cualquier agencia consolidada del mercado.

En noviembre de 2024 iniciamos nuestros primeros asesoramientos voluntarios, brindando apoyo gratuito a dos emprendedoras de rubros muy distintos: una diseñadora gráfica dedicada a la ilustración y una artesana especializada en flores de tela y productos de cemento. Estas primeras experiencias marcaron el inicio de un camino de colaboración genuina y aprendizaje mutuo.

Actualmente trabajamos con Kernel, un emprendimiento del área IT con sólida trayectoria que brinda servicios tercerizados a importantes empresas. Desde la Agencia, ofrecemos un abordaje integral que incluye estrategia digital, relaciones públicas y construcción de marca personal para posicionar a su fundador dentro del sector.

También acompañamos a Buscador Solidario by Xinus, un software de gestión integral pensado para concentrar proyectos sociales de todo el país en una plataforma y los conecta con personas dispuestas a colaborar y con ganas de generar impacto.

Cada cliente representa un desafío distinto y una oportunidad de crecimiento. Nos sentimos preparados y motivados para seguir ampliando nuestro alcance. Seguimos en búsqueda de nuevos clientes con propósito, organizaciones o emprendimientos que necesiten apoyo comunicacional. Porque más allá de ser una agencia gestionada por estudiantes, creemos firmemente en el valor, la seriedad y la calidad de lo que hacemos.

Convenios

Para formalizar cada vínculo de trabajo con los clientes, realizaremos **convenios personalizados** que son acuerdos establecidos entre la Agencia y el cliente. En estos documentos se definen:

- Los servicios específicos que les brindaremos (por ejemplo, desarrollo de contenido, manejo de redes sociales, redacción de mensajes clave o contacto con medios).
- Los plazos de los entregables y nuestro cronograma, aclarando las fechas de exámenes o fechas importantes. Fecha de inicio y finalización de servicios.
- Las condiciones de colaboración, como la confidencialidad, uso de logotipo o presentación de casos de éxito.
- Los beneficios o contraprestaciones no monetarias que el cliente puede ofrecer a la Agencia (como creación de página web, diseño de merchandising o impresión de folletos).

Estos convenios permiten establecer una relación clara, ordenada y profesional que garantizan el compromiso mutuo entre el cliente y el equipo de trabajo, siempre en un marco **formativo, voluntario y no remunerado**. A través de esta modalidad, no sólo fortalecemos la comunicación de nuestros clientes, sino que también generamos experiencias reales de trabajo para nuestros estudiantes.

Importancia de la agencia para los alumnos

La importancia de Agencia 1964 para los alumnos de UADE radica en varios aspectos fundamentales que contribuyen significativamente a su formación académica y profesional:

1. **Aplicación práctica de conocimientos:** proporciona a los alumnos la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en clases en un entorno práctico. Esto les permite no solo entender los conceptos de comunicación y relaciones públicas, sino también desarrollar habilidades prácticas que son valoradas en el mercado laboral.
2. **Desarrollo de habilidades profesionales:** colaborar en Agencia 1964 permite a los estudiantes desarrollar habilidades cruciales para las relaciones públicas, como la redacción de comunicados de prensa, la gestión de redes sociales y la creación de campañas de comunicación efectivas.

3. **Inmersión en el mundo laboral:** al operar como una agencia, los alumnos experimentan de primera mano la dinámica del funcionamiento de una organización de estas características, adquiriendo una práctica pre-profesional de gran valor para su futuro. Esto incluye la interacción con clientes externos, enfrentar desafíos reales, realizar reportes, entre otros.
4. **Aprendizaje colaborativo y networking:** trabajar en “1964” fomenta el trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes de diferentes carreras y años. Esto no solo enriquece su experiencia, sino que también les permite establecer contactos profesionales y crear redes a futuro.

¿Cómo se haría esto posible?

La participación en Agencia 1964 se convierte en una oportunidad concreta para que estudiantes de Relaciones Públicas y Comunicación Global puedan dar sus primeros pasos en el mundo profesional dentro de un entorno real, colaborativo y formativo. Este proyecto está pensado para brindar una experiencia integral, donde se combinan el aprendizaje académico con la práctica profesional.

Para hacer esto posible, los estudiantes interesados deberán formar parte del Chapter UADE PRSSA (requisito excluyente), y contar con disponibilidad part-time de lunes a viernes, con la posibilidad de colaborar ocasionalmente durante los fines de semana. El rol será de carácter voluntario, sin remuneración económica, priorizando el desarrollo profesional y personal de cada participante.

La incorporación a la agencia se realizará a través de convocatorias internas, donde se valorará la motivación, el compromiso y, en algunos casos, la experiencia previa en proyectos, agencias o entornos vinculados a la comunicación (no excluyente). Aquellos que deseen, pasarán a formar parte de uno de los equipos de trabajo con uno de los clientes brindando servicios de PR y Digital, y donde colaborarán en el diseño e implementación de estrategias reales para ONGs o emprendedores.

A lo largo de su participación, los estudiantes contarán con el acompañamiento de líderes de equipo, profesores tutores y profesionales externos, creando un entorno sinérgico y de aprendizaje constante. Al finalizar su recorrido, recibirán un certificado oficial de participación, avalado por la Agencia y el Chapter, que acreditará la experiencia adquirida.

La Agencia 1964 ofrece mucho más que una práctica: es una primera experiencia laboral, una red de contactos, un espacio de crecimiento y un trampolín para el futuro profesional de los estudiantes de comunicación.

Legado que queremos dejar en la Agencia

Nuestro objetivo con Agencia 1964 es dejar un legado duradero y significativo tanto dentro de la comunidad académica como en el ámbito profesional. Queremos ser recordados por haber establecido una agencia modelo que combina excelencia académica y profesionalismo con un fuerte compromiso social.

Además, Agencia 1964 es una herramienta invaluable para los estudiantes de UADE, ya que proporciona una plataforma donde pueden adquirir experiencia práctica y desarrollar habilidades cruciales en un entorno real. Esta experiencia no solo enriquece su formación académica, sino que también los prepara para los desafíos del mundo laboral, dándoles una ventaja competitiva significativa.

Para UADE, la creación y el éxito de Agencia 1964 refuerza su reputación como una institución que no solo ofrece una educación de alta calidad, sino que también brinda oportunidades concretas para que sus estudiantes apliquen lo aprendido y se desarrollen profesionalmente. Este legado beneficiará a futuras generaciones de estudiantes, a la universidad y a la comunidad en general.

Conclusión

Agencia 1964 nace como una iniciativa innovadora dentro del Chapter, una organización pre-profesional de estudiantes de Relaciones Públicas de UADE. Este proyecto se propone ir más allá de ser una simple comisión, transformándose en una agencia profesional independiente que se especializa en fortalecer la comunicación de los emprendimientos y ONGs.

Nuestra propuesta de valor combina la excelencia académica con un fuerte compromiso social, ofreciendo a los estudiantes de Relaciones Públicas y otras disciplinas la oportunidad de colaborar en proyectos reales, desarrollando estrategias de comunicación integradas y efectivas.

La Agencia 1964 es, hoy en día luego de su lanzamiento, una herramienta invaluable para los estudiantes, proporcionándoles una ventaja competitiva en el mercado laboral. Al mismo tiempo, reforzará la reputación de UADE, demostrando su compromiso con la educación práctica y la responsabilidad social. Nuestro legado será visible en el crecimiento y sostenibilidad de los clientes con los que trabajamos, y en la formación de futuros líderes en relaciones públicas y comunicación institucional.

Para cualquier duda contactarse con la **Directora de la Comisión Agencia 1964:**

Camila Montes | montescamila2109@gmail.com | 11 6418-4658

District Conference

Las District Conference son una serie de conferencias de distrito que PRSSA organiza cada año a través de distintos Chapters seleccionados por el Vicepresidente de Eventos y Fundraising. Desde hace 4 años, el UADE PRSSA es seleccionado para ser anfitrión de la District Conference Internacional, dándonos la posibilidad de organizar un evento a gran escala como estudiantes, asumir roles de liderazgo y conectar con profesionales referentes de la industria.



La organización suele comenzar en septiembre y la conferencia suele realizarse a fines de marzo o principios de abril. Cada conferencia cuenta con 3 o 4 paneles y un espacio de networking con agencias de relaciones públicas y comunicación.

La District Conference es un proyecto en el que pueden participar miembros de todas las comisiones, además de las tareas que ya realicen en su comisión. O sea, sea cuál sea la comisión en la que estés, vas a poder participar de la organización de la conferencia. Les pedimos que apliquen con responsabilidad, ya que es el evento estrella del Chapter y asisten importantes profesionales y directivos de la industria. Se está representando al Chapter frente a UADE, PRSSA e importantes profesionales de Argentina.

Objetivos

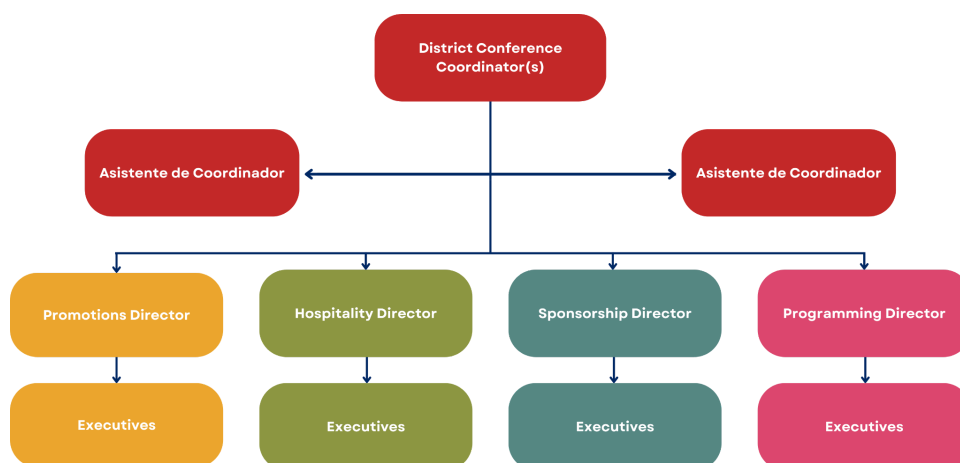
- Acercar a los estudiantes de UADE al mundo profesional de las relaciones públicas y la comunicación mediante un evento integral que les permita aprender de destacados profesionales de la industria.
- Aumentar la visibilidad del Chapter, posicionando a la organización como un referente en la industria y generando nuevos contactos clave con profesionales, empresas y agencias.

Workflow

Para la organización de la District Conference, se realizan reuniones cada 15 días o, más cerca de la fecha del evento, cada semana, con el fin de mantener una comunicación abierta y fomentar un ambiente colaborativo entre los equipos.

El comité organizador se divide en 4 equipos (Hospitality, Sponsorship, Programming y Promotions) compuestos por un director y entre 2 a 5 ejecutivos cada uno.

Estructura



Equipos, roles y tareas

● District Conference Coordinator(s)

Este rol puede ser ocupado por una o dos personas, quienes se encargarán de definir la temática, establecer la fecha y los horarios de la conferencia, reclutar miembros, y coordinar y apoyar los esfuerzos de los distintos equipos para la conferencia. Además, se encarga de gestionar la comunicación con UADE y el International Committee de PRSSA en los temas relacionados a la conferencia. Es muy importante que el District Conference Coordinator esté comprometido y presente en los distintos equipos para resolver consultas, agendar reuniones y orientar a los miembros del comité organizador de la District Conference. Es una posición que demanda mucho esfuerzo y tiempo, por lo que es aconsejable ejercerla en duplas.

Este puesto se elige cada año por votación en una Asamblea realizada a fines de marzo, ya que este rol es parte de la Comisión Directiva (siempre y cuando PRSSA nos seleccione para ser una de las sedes de una District Conference). Por esto, la primera tarea de quien asuma este puesto es llenar la aplicación de PRSSA, que suele abrirse en agosto. De no ser elegido en Asamblea, será

● Asistentes de coordinación

Las personas que ocupen este rol se encargarán de apoyar al/a los District Conference Coordinator/s en las tareas que este/os les delegue.

● Hospitality

Este equipo, compuesto por un director y 2 o 3 ejecutivos, se encarga de dirigir la experiencia de los invitados (ya sean estudiantes, profesores o profesionales) para que esta sea satisfactoria. Algunas de las tareas que realizan son:

- Armado de regalos.
- Búsqueda y presupuesto de opciones de catering.
- Creación del formulario de inscripción a la conferencia.

- Creación de un formulario de feedback.
- Planificación de un sorteo u otras actividades para interactuar con los asistentes.
- Contacto e invitación de invitados especiales al evento.
- Promoción del evento frente a estudiantes de otras universidades y miembros de otros Chapters de PRSSA.

- **Sponsorship**

Este equipo, compuesto por un director y 2 a 4 ejecutivos, se encarga de contactar y conseguir sponsors para la conferencia. Desde UADE PRSSA, no podemos recibir donaciones monetarias de personas externas al Chapter, por lo que el trabajo de esta área es esencial para reducir los costos de la conferencia. Algunas de las tareas que realizan son:

- Búsqueda de posibles sponsors.
- Establecimiento de contacto y reuniones con posibles sponsors.
- Redacción de una propuesta para posibles sponsors (y asegurar su cumplimiento).
- Gestión de la logística relacionada a la entrega de productos.

- **Programming**

Este equipo, compuesto por un director y 3 a 5 ejecutivos, se encarga de planear la programación del evento en cuanto a los distintos paneles y los speakers para cada uno (o, en el caso del Networking, las agencias). Algunas de las tareas que realizan son:

- Búsqueda y contacto de speakers para cada panel.
- Búsqueda y contacto de las agencias para el espacio de networking.
- Seguimiento del contacto.
- Gestión de los ingresos a UADE.

- **Promotions**

Este equipo, compuesto por un director y 4 o 5 ejecutivos, se encarga de diseñar y mantener la identidad visual del evento. Todo lo relacionado a la promoción del evento y el diseño de material audiovisual del evento pasa por acá. Algunas de las tareas que realizan son:

- Creación de un manual de marca para el evento.
- Creación de una estrategia de promoción para redes.
- Planificación de una campaña de promoción del evento dentro de UADE (ej. pasadas por las aulas, creación de flyers).
- Diseño y creación de posteos, reels, historias para Instagram y LinkedIn.
- Diseño del programa, flyers, y todo material promocional del evento.

Para cualquier duda contactarse con las **District Conference Coordinators 2025/26**:

María Victoria Bazán | mvictoriabazan8@gmail.com
Camila Comparatore Broggi | camiicompa@gmail.com

Canales de comunicación

Para facilitar el trabajo en equipo, mantenemos una comunidad de WhatsApp donde se agrupan todos los canales de chat, ya sea general del Chapter, de cada comisión o de un proyecto en específico. Es importante que todos los grupos que se creen en relación a las actividades que se realizan desde el Chapter se mantengan en esta comunidad para mantener un ambiente colaborativo y facilitar el seguimiento de las líderes y directoras.

Los grupos de comunicación deben ser revisados regularmente ya que son el principal canal por el cual se van a comunicar noticias y actividades. Es importante que estén al día y contesten los mensajes, sobre todo cuando se trate de responder encuestas, votar horarios de reunión o fijar días de encuentros.

En caso de no estar de acuerdo con algo, también es necesario que el miembro se aproxime a un líder o director para debatir sobre el tema: al final estamos todos aprendiendo y, mientras más cooperación haya, mejor. Las críticas deben ser constructivas, no destructivas. Esto quiere decir que cuando se opine diferente al resto, en caso de manifestar su opinión, debe hacerse con respeto y escucha hacia el otro. Consejo para el trabajo en equipo: es necesario entender (aunque uno no quiera) que uno no siempre tiene razón.

También se debe entender que los líderes son una figura organizativa, no tienen mayor poder que nadie. Es importante que todos participen colaborativamente, apoyando a la comisión y a su equipo de trabajo. Es fundamental que, si un miembro se siente a la deriva con respecto a las tareas o a la comisión, pregunte a sus compañeros o al líder sin sentir vergüenza.

Si hay varios desencuentros o incomodidades, recordá que la comisión de Member Services está a disposición de escucharte y disponible para mediar cualquier conflicto interno.

Contacto de referencia: Rocío Jazmín Bora | borarocio2@gmail.com

De esta manera, todos podemos aprender y reajustar cualquier desvío interno que se presente antes de que se transforme en desmotivación del miembro o del equipo en general.

¡GRACIAS POR LEER!

Si te quedaron dudas, podés escribirnos a
prssauade@gmail.com