
 <p>ALCALDÍA DE SANTA MARTA Diversa Terceros, Cultura e Inocuidad</p>	MONITOREO DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-005
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 1
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Página 1 de 3

CONTROL DE CAMBIOS	
Versión	Descripción de la modificación
1. 21/06/2019	Adopción del procedimiento Monitoreo de Medios mediante Resolución 3725 del 21 de junio de 2019, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía

Elaboró	Revisó	Aprobó
NOMBRE: JOSÉ D. ESCORCIA BAQUERO CARGO: PROFESIONAL UNIVERSITARIO FECHA: 03/09/2019 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO	NOMBRE: LAURA CARRILLO CARGO: JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS FECHA: 03/09/2019 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO	NOMBRE: KAROL FUENTES SANGREGORIO CARGO: JEFE DE OFICINA DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN FECHA: 03/09/2019 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO
	NOMBRE: LUIS DANIEL ACOSTA CARGO: APOYO SIG – CONTRATISTA OPS FECHA: 03/09/2019 FIRMA: ORIGINAL FIRMADO	

RESPONSABLES LÍDERES	Alcalde, Jefe de comunicaciones.
-----------------------------	----------------------------------

OBJETIVO	<p>El objetivo del monitoreo de medios es analizar, vigilar y constatar la forma en que los medios de comunicación digitales públicos, se apegan a los lineamientos acordados por el órgano de supervisión correspondiente, en este caso, la Alcaldía de Santa Marta. Se determina la calidad y la cantidad de información de la cobertura que brinden los medios; en otras palabras, si es mucha o es poca, además si es positiva o negativa la divulgación de noticias que los medios masivos de comunicación le hacen saber a la opinión pública sobre los temas que desarrolla el Gobierno Distrital. El balance de resultados se hace de forma estadística cuantitativa.</p> <p>En otras palabras, dicha actividad permite saber con certeza ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Con qué frecuencia? han aparecido publicaciones de la Alcaldía Distrital en los medios de comunicación.</p>
-----------------	--


	MONITOREO DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-005
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 1
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Página 2 de 3

ALCANCE	El alcance de este monitorio cubre en su totalidad a cinco (5) medios masivos de comunicación digital locales, previamente establecidos y elegidos por el Jefe de Comunicaciones para el tamaño muestral. La información registrada y catalogada de los informes derivados de dicho monitoreo es solo usada para fines estadísticos y de seguimiento.
----------------	---

BASE LEGAL	Decreto Ley 016 de 2014: Artículo 10 la definición de políticas, estrategias, planes, programas y proyectos de comunicación interna y externa son responsabilidad de la Dirección Nacional de Comunicaciones, Prensa y Protocolo de la Fiscalía General de la Nación.
-------------------	--

DEFINICIONES	
Boletín de prensa:	es un texto de no más de dos cuartillas que sintetiza la información más importante que se quiere difundir. Se caracteriza especialmente por tener una redacción de forma noticiosa pensada en las necesidades de los periodistas que cubren radio, prensa y televisión.
Comunicado de prensa:	El comunicado consiste en una nota, un informe, un parte o una declaración que contiene una determinada información y que se difunde masivamente a través de los medios de comunicación para conocimiento del público en general.
Cuerpo de la noticia:	Segunda parte de la noticia donde se amplían los datos de la entrada. Los datos se redactan en interés decreciente.
Entradilla o entrada:	Primera parte de la noticia, donde están recogidas las cinco dobles W anglosajonas ; Who (quién) What (qué) When (cuándo), Where (dónde) Why (Por qué)
Fuentes de información:	persona que a título individual, en nombre de la institución o en función del cargo que representa informa a los medios.
Rueda de prensa:	Es una reunión de periodistas en torno a una figura pública para escuchar sus declaraciones y dirigirles preguntas. A esta instancia acuden todos los medios de comunicación citados, sin importar si son de televisión, radio, internet o prensa escrita.
Noticia positiva:	comunicación emitida en medios de comunicación relacionada con la buena gestión de la entidad.
Noticia negativa:	comunicación emitida en medios de comunicación con la poca Gestión realizada por la entidad.

LINEAMIENTOS O POLÍTICAS DE OPERACIÓN:	
El Monitoreo de Medios debe ser diario, verificando que contenido concerniente al Gobierno Distrital ha salido en los medios.	
Para reducir la complejidad de la organización de la información, se debe compilar los datos en una base de datos.	
Se debe consultar en determinados casos, durante algunos días consecutivos, los medios de comunicación que fueron designados para el estudio, ya que pueden haber hechos noticiosos de gran relevancia y que ellos pueden ser difundidos durante varios días en diferentes publicaciones por tales medios.	
Se debe tener un backup de toda la información recopilada con el fin de que no haya que investigar de nuevo la información.	
El entregable debe ser presentado el último día del mes, donde se muestre un análisis estadístico cuantitativo (cifras y demás datos relevantes) sobre todo el seguimiento que se hizo a los medios establecidos para el estudio y la información obtenida de los mismos.	

 <p>ALCALDÍA DE SANTA MARTA Diversos Tumbados, Cultura e Inocuidad</p>	MONITOREO DE MEDIOS	Código: ME-GCE-P-005
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	Versión: 1
	MACROPROCESO ESTRATÉGICO	Página 3 de 3

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO				
No.	Descripción de la actividad	Área Responsable	Cargo responsable	Registros
1	Definir la forma en que se abordará las métricas a tratar frente al monitoreo de medios y exactamente qué información es la que se pedirá en los informes mensuales con el jefe de la Oficina de Comunicaciones y el Webmaster de la Alcaldía Distrital / Gestor de las Redes Sociales.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Acta de reunión, lista de asistencia,
2	Realizar Seguimiento diario a las publicaciones de los medios seleccionados para el monitoreo. El seguimiento se hace tanto en motores de Búsqueda Web (Como Google o Yahoo!) como en la lista de búsqueda que ofrecen los portales de noticias de dichos medios.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Páginas Web Motores de Búsqueda Redes Sociales
3	Guardar los datos de la búsqueda en una base de datos con el fin de calcular los porcentajes de difusión que los medios de comunicación hacen del Gobierno Distrital.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Base de datos Excel creada por el Webmaster
4	Realizar las gráficas y calcular los porcentajes de divulgación con los que los medios publican los temas concernientes al Gobierno Distrital. Esto abarca tanto las noticias positivas como negativas.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Base de datos excel creada por el Webmaster
5	Realizar el informe mensual que debe ser presentado al Jefe de la Oficina de Comunicación	Comunicaciones	Profesional Universitario	Informe Monitoreo de prensa realizado por el Webmaster
6	Presentación y sustentación del informe ante el Jefe de Comunicación	Comunicaciones	Profesional Universitario	Informe Monitoreo de prensa realizado por el Webmaster, Acta de reunión y lista de asistencia.

DOCUMENTOS RELACIONADOS: N/A	
Nombre:	Código: