



jÓVENES
EN ACCIÓN



MONITOREO DE MEDIOS, REDES SOCIALES Y GENERACIÓN DE CONTENIDO INSTITUCIONAL

JÓVENES
EN ACCIÓN

MONITOREO DE MEDIOS

► ¿Qué es el monitoreo de medios?

El monitoreo de medios consiste en recopilar, analizar y evaluar de forma sistemática las menciones de una marca, institución, persona, tema o producto en diferentes canales de comunicación: medios tradicionales (prensa, radio, televisión) y digitales (sitios web, blogs, foros).



¿POR QUÉ IMPORTA?

- **Permite** conocer cómo se está hablando de la institución o el tema en los medios.

- **Facilita** anticiparse a posibles crisis o reputación negativa, y gestionar la percepción pública.

- **Ayuda** para medir el alcance de la comunicación, entender los actores, hechos y tendencias.

COMPONENTES CLAVE DE UN SISTEMA DE MONITOREO DE MEDIOS

- Definición de qué se va a monitorear (temas, actores, canales).

- Recolección de información (clipping, digital, manual o automatizado).

- Clasificación y análisis (qué se dice, quién lo dice, cuándo, en qué tono).

- Informe y uso de resultados (para estrategia, ajuste de mensajes, toma de decisiones).



RETOS

- ▶ **Gran volumen de información** (en especial en lo digital).
- ▶ **Identificación de relevancia, veracidad y contexto.**
- ▶ **Integrar medios tradicionales y digitales de forma coherente.**



VIDEO

- https://www.youtube.com/watch?v=L4CbxHte_6U





REDES SOCIALES

Gestionar redes institucionales implica una combinación de estrategia, contenido, interacción y análisis.

COMPONENTES PRINCIPALES:

- ▶ **Estrategia:** definir propósito, público y tono.
- ▶ **Planificación:** calendario editorial, frecuencia, campañas temáticas.
- ▶ **Producción de contenido:** diseño, redacción, video, fotografía.
- ▶ **Interacción:** responder comentarios y mensajes con lenguaje institucional.
- ▶ **Análisis:** medir desempeño (alcance, kpi's, crecimiento).
- ▶ **Optimización:** ajustar estrategias según resultados y coyuntura.



Red social	Público principal	Enfoque de comunicación
Facebook	Público general y comunitario	Información general, campañas, fotos, transmisiones en vivo.
Instagram	Público joven, visual	Historias, reels, obras en ejecución, detrás de cámaras.
X (Twitter)	Medios, periodistas, líderes de opinión	Información rápida, boletines, declaraciones.
TikTok	Público joven, ciudadano	Videos creativos, mensajes educativos y cercanos.
YouTube	Público general	Videos institucionales, ruedas de prensa, documentales cortos.

CONCLUSIONES

- Llevar redes sociales institucionales no es solo publicar.

- Es comunicar con propósito, coherencia y estrategia.

- Las redes son el puente entre la institución y el ciudadano digital.

- Una gestión responsable fortalece la reputación y la transparencia.

VIDEO

- <https://www.youtube.com/watch?v=xNTaUeu-wsg>



GENERACIÓN DE CONTENIDO INSTITUCIONAL

► ¿Qué es la generación de contenido institucional?

Se refiere a la creación planificada de textos, imágenes, vídeos y otros formatos multimedia con el fin de comunicar a nombre de una institución (pública o privada) su identidad, misión, valores, servicios, programas, logros y relacionarse con sus públicos. Este contenido refuerza la imagen institucional, la transparencia y el vínculo con los stakeholders.



¿POR QUÉ ES CLAVE HOY EN DÍA?

- El contenido es la base de la comunicación digital: permite atraer, educar, involucrar audiencias.

- Permite posicionar a la institución como referente, generar confianza y visibilidad.

- En un entorno de redes sociales y medios digitales, sin buen contenido, la estrategia de comunicación se queda corta.

ELEMENTOS DE UNA BUENA ESTRATEGIA DE CONTENIDO INSTITUCIONAL

- ▶ **Definir objetivos claros:** ¿qué queremos lograr con el contenido? (informar, fidelizar, cambiar percepción).
- ▶ **Conocer la audiencia:** ¿quiénes son nuestros públicos? ¿qué formato prefieren?
- ▶ **Definir canales y formatos:** blogs, redes sociales, vídeos, infografías, newsletters.
- ▶ **Crear calendario editorial o “parrilla de contenidos”:** qué, cuándo y dónde publicar.
- ▶ **Crear contenido de valor:** relevante, coherente con la institución, alineado a la identidad y al público.
- ▶ **Medir y ajustar:** ver qué funciona, qué no, y adaptar.



VIDEO

https://www.youtube.com/watch?v=7gMx_IRwyuU



CONCLUSIONES CLAVE

El monitoreo de medios y de redes sociales nos permite entender qué se dice, quién lo dice, dónde y con qué tono - y con eso tomar decisiones informadas.

La generación de contenido institucional debe estar alineada con la identidad, objetivos y públicos de la institución, y alimentada por los insights del monitoreo.

Herramientas, metodología y constancia son clave: no basta con publicar “cuando se puede”, sino con planificar, medir y mejorar.

En un entorno digital y mediático acelerado, la institución que escucha y comunica de forma estratégica fortalece su legitimidad, visibilidad y relación con sus públicos.

REDES INSTITUCIONALES

 *@RobertoLuque*
 *@RobertoLuqueN*
 *@obluque*
 *@obluque*

 *Ecuador.MIT*
 *@MIT_Ecuador*
 *@vivienda_ec*
 *@mit_ecuador*



Ministerio de Infraestructura
y Transporte