

Armado de Base de Datos (BD)

Introducción

Qué es y qué significa hacer una base de datos?

Es el resumen de informaciones difundidas por medios de comunicación que permite evaluar diferentes aspectos de la imagen pública de la organización o persona que se pretende analizar.

Es una metodología cuanti-cualitativa que debe respetar criterios y procesos específicos.

Es un conjunto de datos ordenados de determinada manera para su posterior evaluación.

Específicamente en 3 Comunicaciones Estratégicas las bases de datos que se realizan a partir de la auditoría de medios se utilizan para la elaboración del Reporte de Medios.

Consideraciones generales

- Comprobar que esté instalado en la PC el programa Excel
- Comprobar que estamos exportando las informaciones del sistema 3Com con los criterios “habituales”
- Comprobar que el documento que estamos utilizando (Excel) corresponde al de la organización que tenemos asignada. Consultar siempre las “Especificaciones de cada organización”
- TODAS las bases de datos se deben entregar “sin excepción” entre el 1 y el 5 del mes siguiente al que se está realizando. Ej: base X del mes de marzo se entregará entre el 1 y el 5 de abril.
- Solicitar supervisión de un responsable directo para chequear que estamos realizando el trabajo con eficacia (tanto en tiempo como en forma)
- Tip: conocer el manejo básico de Excel nos permitirá ahorrar tiempo (carga y modificación de celdas, filtros y autofiltros, funciones de celdas)

ETAPA 1 Comprobación de datos

- Antes de iniciar el armado de una base de datos de una organización es importante comprobar cuáles son los requerimientos y especificaciones particulares.
- Cuál es la o las organizaciones/personas que se deben tener en cuenta para incorporar al archivo?
- Todas las informaciones que se incorporan deben tener de manera explícita la mención directa de la organización que se analiza.
- Puede ser 1 sola organización o pueden ser varias. (No sólo la organización que estamos analizando sino también el sector al que pertenece esa organización). Ej: puede ser YPF o puede ser YPF y el sector de operadoras petroleras.
- Se deben realizar varias exportaciones desde el sistema 3Com para asegurarse que estén todas las informaciones correspondientes.
- Corroborar SIEMPRE que el lugar en el que se guarda el archivo, es el que corresponde.
- Tip: una buena manera de comprobar si están todas las informaciones es chequear bases de datos del mismo cliente de períodos anteriores al que estamos realizando.

ETAPA 2 Inicio del armado de la base de datos

- Cada FILA del archivo corresponderá a una información y cada COLUMNA a un atributo.
- Los datos que nosotros incorporamos a la base deben UNÍVOCOS (iguales entre sí). Ej: YPF, Ypf, IPF – Formato actores: Daniel Ferreira, director de 3Com
- Todas las informaciones tendrán atributos prefijados con anterioridad al inicio del armado de la base de datos.
- Si bien el sistema 3Com realiza un orden particular de atributos, se debe respetar el orden “habitual” de ese cliente. La mayoría de las bases de datos comparten los mismos criterios, salvo algunas excepciones específicas.

ETAPA 3 Atributos generales

Se debe ser lo más objetivo posible al asignar atributos a una información. Ej: una información será tipificada como “entrevista” cuando la mayor duración o espacio de la misma se desarrolle con ese formato.

Orden y contenido habitual de las columnas

Nº: número de informaciones con mención explícita del cliente

FECHA: fecha de publicación

TIPO DE MEDIO: Radio, TV, Diario, Web

MEDIO: emisora de radio, nombre de la web, canal de TV, nombre del diario

PROGRAMA: únicamente para radio y TV

COBERTURA: tipo de cobertura:

Crónica (para los casos en que se menciona al cliente y la información es usada únicamente como fuente)

Editorial

Noticia de opinión (firmada)

Comentario

Entrevista

Investigación / informe especial

Conferencia de prensa (para radio y TV cuando es la cobertura del evento. En Diario y Web, se usa si se hace referencia a la conferencia mediante fotografía o mención explícita).

Carta de lector

Oyente / televidente

Noticia institucional (siempre que la información sea tomada textual del comunicado o gacetilla).

Declaración (cuando se toma un extracto de una entrevista realizada con anterioridad en radio y TV o si se realiza una cita destacada en gráfica a partir de un extracto de una entrevista).

DURACIÓN1: la que exporta el sistema (en radio y TV). Es la base para hacer la conversión a segundos.

DURACIÓN 2: para armar las bases se agrega una columna denominada “Duración 2” en la que se completa el cálculo de duración de la información en segundos para radio y TV, y en cm x columna en diarios. Ejemplo de conversión en radio/TV: Duración arrojada por el sistema = 2,90 - Duración 2 = (2x60) + 90. La cifra “2” está en minutos, por lo que para convertirla a segundos se multiplica por “60”. Luego al total se le suman los 90 segundos adicionales.

Ejemplo de espacio en gráfica:

Se considera 1 columna cada 4 cm aprox. (Medidas de referencia: 1 página = 234cm, 1/2 página = 117cm, 1/4 página = 58,5cm)

UBICACIÓN 1: únicamente en diarios: tapa - cuerpo o suplemento

UBICACIÓN 2: únicamente en diarios – par o impar

FOTO: únicamente en gráfica. Se especifica si la información está acompañada de fotografía, ilustración o infografía.

TÍTULO: únicamente en gráfica. Corresponde a la mención del cliente en título de manera explícita.

UNIDAD DE NEGOCIO: Área/departamento/dirección de la empresa a la que se hace referencia. En caso de que se mencionen varios temas se coloca el de mayor relevancia en la información

ACTOR: persona/empresa/Institución que protagoniza la información. Casos: Periodista (no colocar el nombre), funcionario (nombre y cargo), representante de la empresa (nombre y cargo), empresa, etc.

PONDERACIÓN: positiva, negativa o neutral (ver recuadro abajo)

TEMA: temática general que engloba la noticia. En caso de que se mencionen varios temas se coloca el de mayor relevancia en la información

IMPACTO (poblacional): Es la cantidad de contactos logrados por cada información en particular.

VALOR: corresponde a la traducción del costo del espacio en cada medio multiplicado por la cantidad de espacio/tiempo. (duración 2). Utilizar SIEMPRE datos de impacto y valor actualizados. RUTA:

PÚBLICA/BASES/impacto-valor

Al ponderar una información es preciso saber que la clasificación se realiza sobre el impacto que produce dicho contenido sobre la imagen de la organización/persona en la opinión pública.

Las 3 categorías son: POSITIVO, NEUTRAL o NEGATIVO

Positivo: apertura de sucursales, ampliación de servicios, donaciones, entrevista a referentes de la empresa, gacetillas/comunicados/ noticias institucionales, aumento de producción...

Neutral: mención marginal del cliente, información sobre solución de problemas...

Negativo: problemas o quejas por productos o servicios, daño al Medio Ambiente, accidentes laborales, denuncias...

ETAPA 4 Atributos específicos

CLEAR

UNIDAD DE NEGOCIO:

- 1- Corporativo
- 2- Residuos urbanos (para temas de basural, recolección, limpieza/estado de la ciudad o barrios, cestos, contenedores)
- 3- Limpieza urbana (barrido, basura arrojada en la calle, unidades más micro de basura)
- 4- Recolección de canes
- 5- Espacios verdes

TEMA: listado de algunos temas frecuentes.

- 1- Reclamo limpieza
- 2- Reclamo servicio de barrido
- 3- Crisis hídrica
- 4- Trabajo en conjunto con Municipio
- 5- Basurales clandestinos
- 6- Campaña Mantengamos Limpio el Futuro

SCPL

UNIDAD DE NEGOCIO

- 1- Institucional
- 2- Agua
- 3- Cloacas
- 4- Sepelios
- 5- Telefonía e internet
- 6- Electricidad
- 7- Energía eólica

TEMA(listado de algunos temas frecuentes)

- 1- Situación financiera SCPL
- 2- Corte de agua
- 3- Corte de energía
- 4- Reclamos instalación de servicios
- 5- Aumento de tarifa (de alumbrado público, luz, etc)
- 6- Estado de parque eólico
- 7- desbordes cloacales
- 8- Inversiones en: energía eólica, medidores, etc
- 9- Alumbrado Público
- 10- Conexiones clandestinas

PETRÓLEO

ANÁLISIS DE OPERADORAS (Con actividades de exploración y producción)

Apache, Andes, Capsa, Oil M&S, Petrobrás, Sinopec, Oxy; Tecpetrol, YPF, Repsol YPF, Roch, Sipetrol, EnapSipetrol, Total, PAE (PanAmericanEnergy), CNOOC (unificar con PAE), entre otras. Ante cualquier duda por favor investigar y/o consultar.

PONDERACIÓN: Ponderar únicamente notas con mención de SINOPEC (OXY) y Tecpetrol.

TEMA: Categoría de temas únicamente para Sinopec (OXY) + Tecpetrol.

IMPACTO + VALOR: únicamente para Sinopec (OXY) + Tecpetrol.

ÁREA (sólo para Sinopec)

- 1- Corporativo
- 2- RSE

MENCIÓN

- 1- Sinopec
- 2- CNL (Centro Nuestro Lugar)
- 3- OXY
- 4- Sinopec / OXY

MINERIA

EMPRESA

- 1- Pan American Silver (PAS) (CH Y RN)
- 2- Minera Argenta (CH)
- 3- Triton (SC)

UNIDAD DE NEGOCIO

- 1- Proyecto Navidad (PAS)
- 2- Manantial Espejo (PAS Y TRITON)
- 3- Calcatreu (PAS)

TEMAS (Listados de algunos temas frecuentes)

- 1- Ley 5001 (CH)
- 2- Manifestación Antiminera: (Aclarar lugar de la manifestación)
- 3- Uso de agua en proyectos mineros
- 4- OFEMI: (Aclarar que tema específico)
- 5- Actividad minera en (Aclarar a que hace referencia)

ETAPA 5 Resultado de una base de datos

Cada una de las bases de datos finalizadas lleva un proceso de supervisión parcial y general. Esto implica una corrección posterior a la entrega final que se realice. La segunda corrección (luego de la primera entrega) no puede superar el día 10 de cada mes.

Una vez finalizada las etapas de supervisión se realiza el cruce y análisis de la información. Por ello es fundamental que no existan errores en los datos cargados ya que de lo contrario se estarían analizando datos erróneos.

Luego se elabora un reporte con resúmenes, gráficos y tablas que le servirán al cliente para ver de manera expeditiva su posicionamiento en medios de comunicación.