

Minuta del Sello de Garantía

Fecha de reunión y hora	27 de abril del 2023
Participantes	María Estrada, Marilis, Laura, Hilda Umaña, Andrea y María Isabel Solís
Puntos abordados	Encuesta y comentarios
Características de la encuesta	<ul style="list-style-type: none">• Respondieron 10 medios de comunicación que forman parte del Sello de Garantía.• En 9 de los medios que respondieron trabajan cinco personas o menos.• 9 de los medios que respondieron han participado de capacitaciones del Colper.• Se consideran que el Sello de Garantía les puede permitir adquirir mayores capacidades y mejorar el desempeño laboral.
Áreas que consideran necesarias para capacitarse	<ul style="list-style-type: none">• Tecnología.• Uso de redes.• Desarrollo de páginas web y publicidad web.• Edición de videos desde el celular y elaboración de diseño gráfico.• Podcast.• Emprendimiento (Hacienda, contabilidad, técnicas de ventas, publicidad pagada incluye RRSS, marketing digital).• Inteligencia artificial
Áreas que los medios requieren	<ul style="list-style-type: none">• No existe acompañamiento.• Promover el valor de contar con el Sello de Garantía y hacer llegar esas listas a

apoyo del Colper	<p>todas las instituciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgar la labor de los medios. • Capacitación. • Crear encuentros de medios con agencias y posibles anunciantes. • En el pago de comisiones a agencias, se puede hacer un convenio para que a los medios que pertenecen al sello de garantía la comisión no sea mayor al 10% (en el caso del Sinart cobran hasta un 20%).
Mejoras para el Programa del Sello	<ul style="list-style-type: none"> • Modernización de capacitaciones. • Revisión a los medios que solicitan el Sello. • Retomar las capacitaciones mensuales que además de permitir adquirir nuevos conocimientos, también fortalecía el espíritu de grupo. • Mantener cercanía con los medios. • El programa está bien, funciona.
Retos actuales para los medios alternativos	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología. • La falta de pauta publicitaria. • Falta de acceso a recursos para invertir, poca publicidad, las agencias no toman en cuenta a los medios regionales cuándo tienen campañas,. • Requieren mediciones de audiencia específicas para regionales. • Financiamiento, divulgación y credibilidad. • La actualización de conocimientos. • Se ha aumentado los canales de difusión de cada medio, pero se invisibiliza el canal

	<p>principal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La inteligencia artificial. • Evitar desaparecer nuestra identidad única valorada por los habitantes ante la exigencia a incursionar en nuevos modelos que la sociedad actual exige por la inmediatez, aunque no sea con la seriedad deseada.
Principales problemas para acceder a financiamiento y a publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultades para obtener financiamiento. • Esto ni siquiera nos pasa por la cabeza, no hay financiamiento sin garantía de por medio y si no hay pauta publicitaria menos vamos a poner a responder lo poco con lo que se cuenta. • No existe ningún tipo de ayuda para los medios regionales. • No se califica para financiamiento por no tener respaldo, a menos que sea hipotecario, y en el tema publicitario, la falta de conocimiento de las agencias sobre los medios regionales. • La invisibilidad.
Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> • Las participantes avalaron todo lo dicho en la encuesta. • Reafirmaron la necesidad de capacitación y que a las miembros del Sello de Garantía se les ofrezca cupos en los procesos de capacitación en virtud de que en muchas ocasiones no encuentran campo. • Aseguran que requieren un mayor acompañamiento del Colper para hacer valer el compromiso que se adquiere cuando existe una adherencia al Sello de Garantía. • Destacaron la urgencia de hacer una presentación ante las agencias de

	<p>publicidad y antes diferentes entidades sobre las responsabilidades adquiridas de los medios que tienen el Sello de Garantía y que se les reconozca para ser acreedores de publicidad y hacerse visibles antes ellos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coincidieron en la necesidad de unir fortalezas y buscar nuevas estrategias para alcanzar publicidad. • Sobre la posibilidad de conformar una red, arguyeron que no es necesario porque ya el Sello de Garantía existe y tiene la misión de hacer luchas conjuntas. • Consideran que es necesario una mayor fiscalización y mayor auditoría para que los parámetros de calidad de los medios que están en el Sello se cumplan. • Coincidieron en la necesidad de continuar todos los esfuerzos de robustecimiento del Sello de Garantía. • Estiman necesario hacer un plan de trabajo mediante el cual se dé respuesta a los requerimientos planteados.
--	--