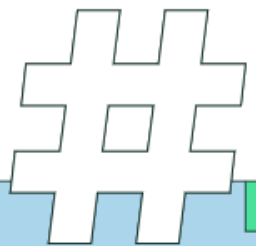




KCI Edición 2024





1

Relaciones con los medios

Medición de la performance en los medios, del vínculo con periodistas y de la preparación de la compañía y sus miembros para relacionarse con los medios.

2

Gestión de crisis y riesgos

Medición de las acciones que contempla el plan de crisis, del desarrollo de issues management y de la composición del comité de crisis.

3

Asuntos públicos y relaciones con los gobiernos

Medición del seguimiento parlamentario y del vínculo sistemático con distintas áreas de gobierno y del asesoramiento a la dirección de la empresa.

4

Relaciones institucionales

Medición del plan de relacionamiento con stakeholders y de ampliación de públicos y de las acciones de patrocinio o partnership.

5

Reputación y marca corporativa

Medición de la gestión de la web corporativa, de la aplicación del manual de marca y del monitoreo de la reputación de la empresa.

6

Comunicación digital y redes sociales

Medición del modelo de gestión operativa de la comunicación digital, de los guidelines de manejo de redes sociales y del relacionamiento con influencers.

7

Sustentabilidad y relaciones con la comunidad

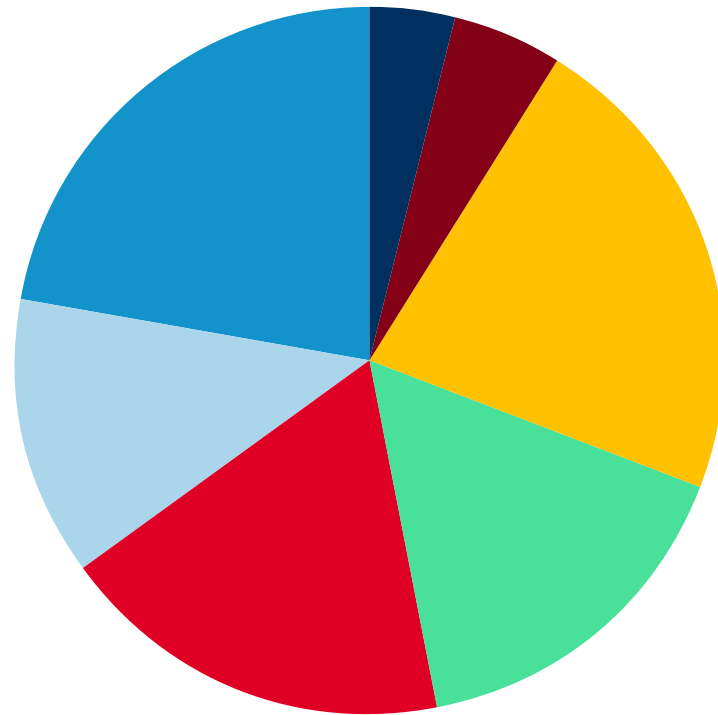
Medición de los reportes de sustentabilidad, las acciones de comunicación externa y de involucramiento del público interno en temas de sustentabilidad.

8

Comunicación interna, clima y cultura

Medición de intervención en capacitación, monitoreo de la cultura, rankings de gestión interna y desarrollo de marca empleadora.

Distribución de empresas por sector



22%		Tecnología, Comunicación y medios
22%		Insumos y bienes durables
18%		Servicios en general
16%		Químicas, agronegocios y laboratorios
13%		Servicios financieros y legales
5%		Consumo masivo y retail
4%		Construcción y Real Estate

División por sector



Consumo masivo y retail

Alimentos y Bebidas
Consumo Masivo
Cosmética y Cuidado Personal
Cuidado del Hogar e Higiene
Retail
Textil

Químicas, agronegocios y laboratorios

Agronegocios
Química y Petroquímica
Laboratorio, Equipamiento Médico y Salud

Insumos y bienes durables

Energía y Petróleo
Automotriz y autopartes
Minería
Metalúrgica y maquinaria industrial
Ingeniería y servicios relacionados
Industrias diversificadas
Equipamiento y artículos de oficina

Servicios financieros y legales

Servicios Financieros, Auditoría y Bancos
Seguros
Servicios Legales

Tecnología, comunicación y medios

Electrónica y Telecomunicaciones
Software e Internet
Tecnología de la Información
Marketing, Comunicación y Publicidad
Entretenimiento y Eventos
Call y Contact Center

Public utilities

Logística y Transporte
Servicios Públicos

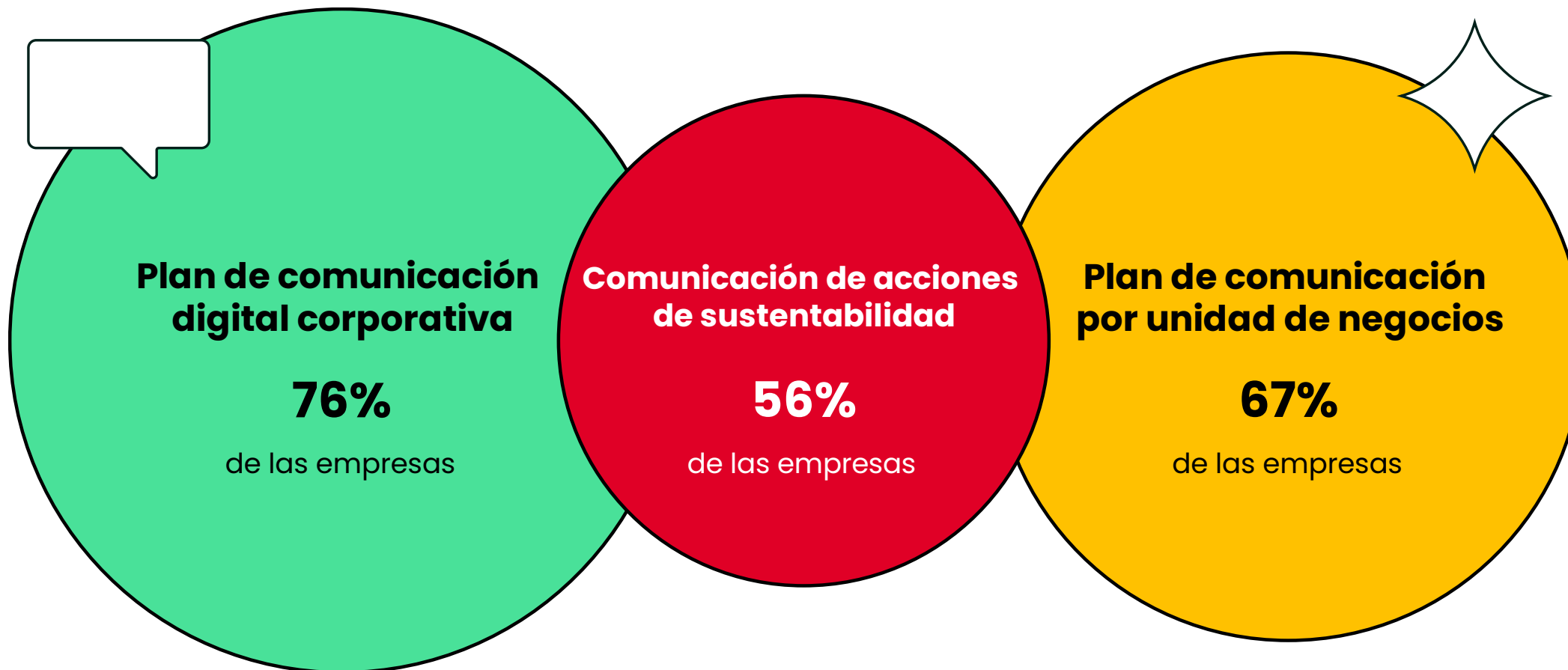
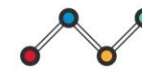
Construcción y real state

Construcción
Real Estate y Arquitectura

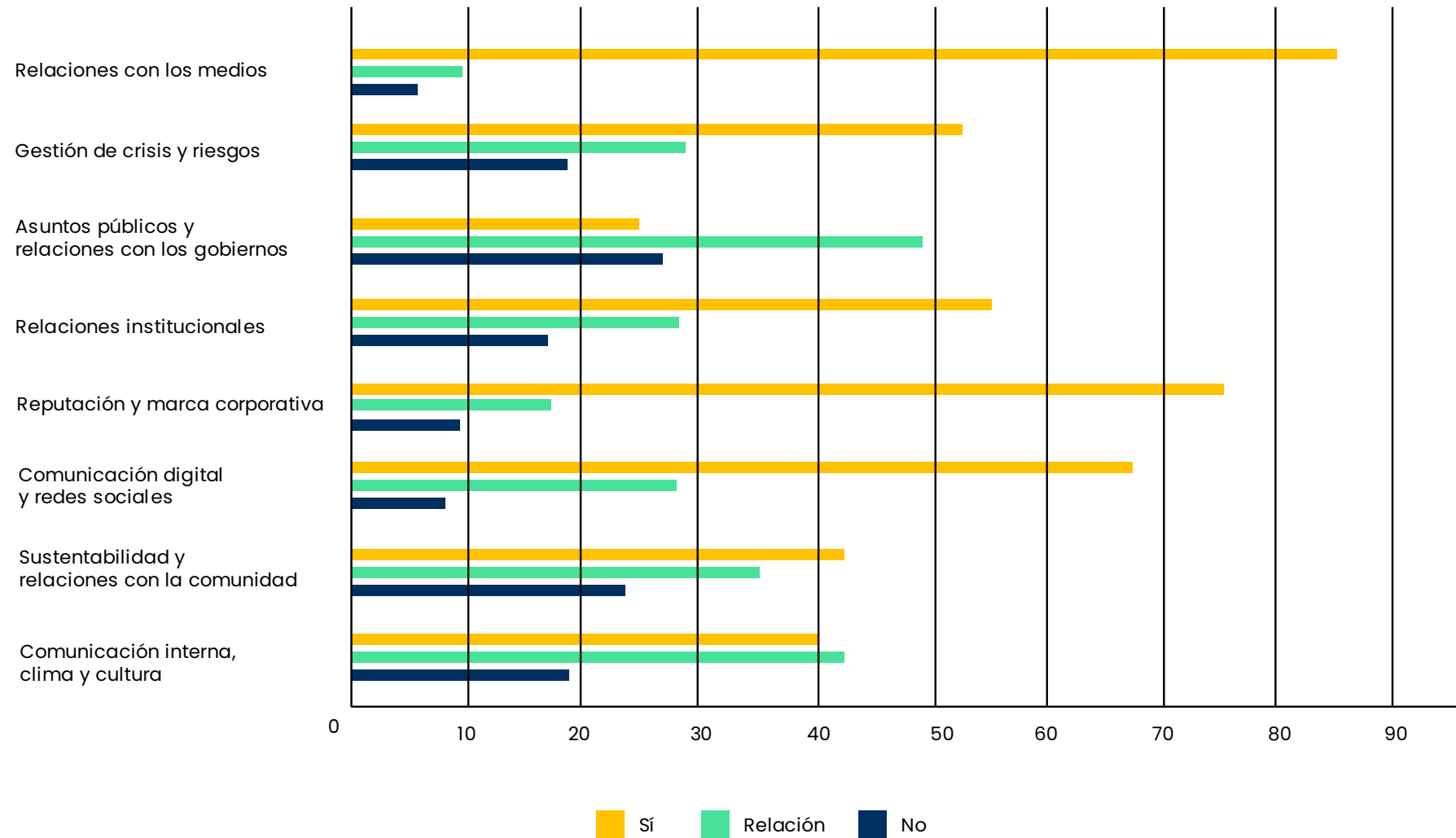
Servicios en general

Educación, Capacitación e Idiomas
ONG
Consultoría en Management
Packaging
Recursos Humanos
Comercio Exterior
Turismo y Viajes Corporativos
Seguridad
Servicios de Información y Documentación

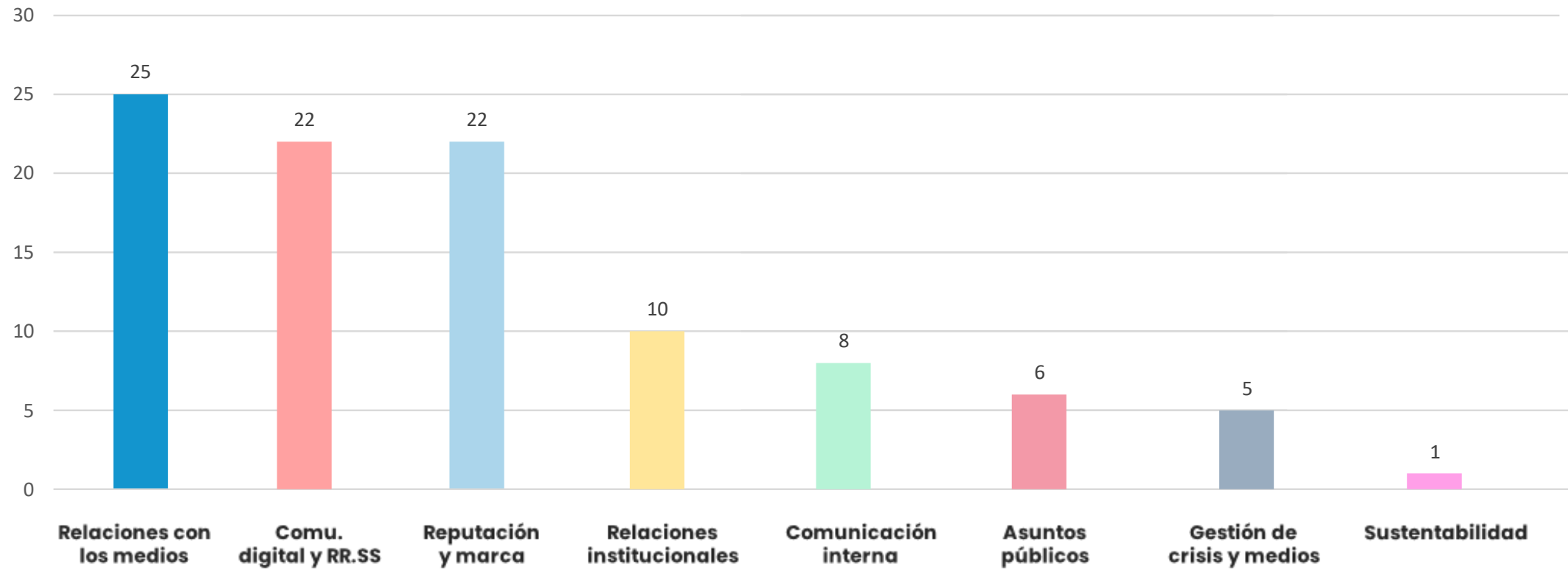
Los aspectos que contemplan las compañías en su plan estratégico de comunicación vigente



Dimensiones que abarca la comunicación

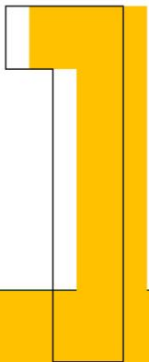


Orden de prioridad de cada dimensión según el área de comunicación





Relaciones con los medios

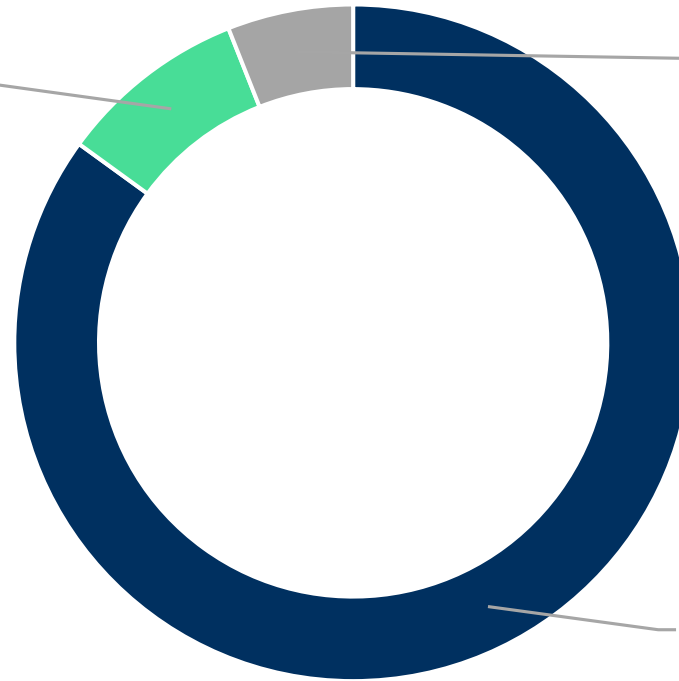


¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



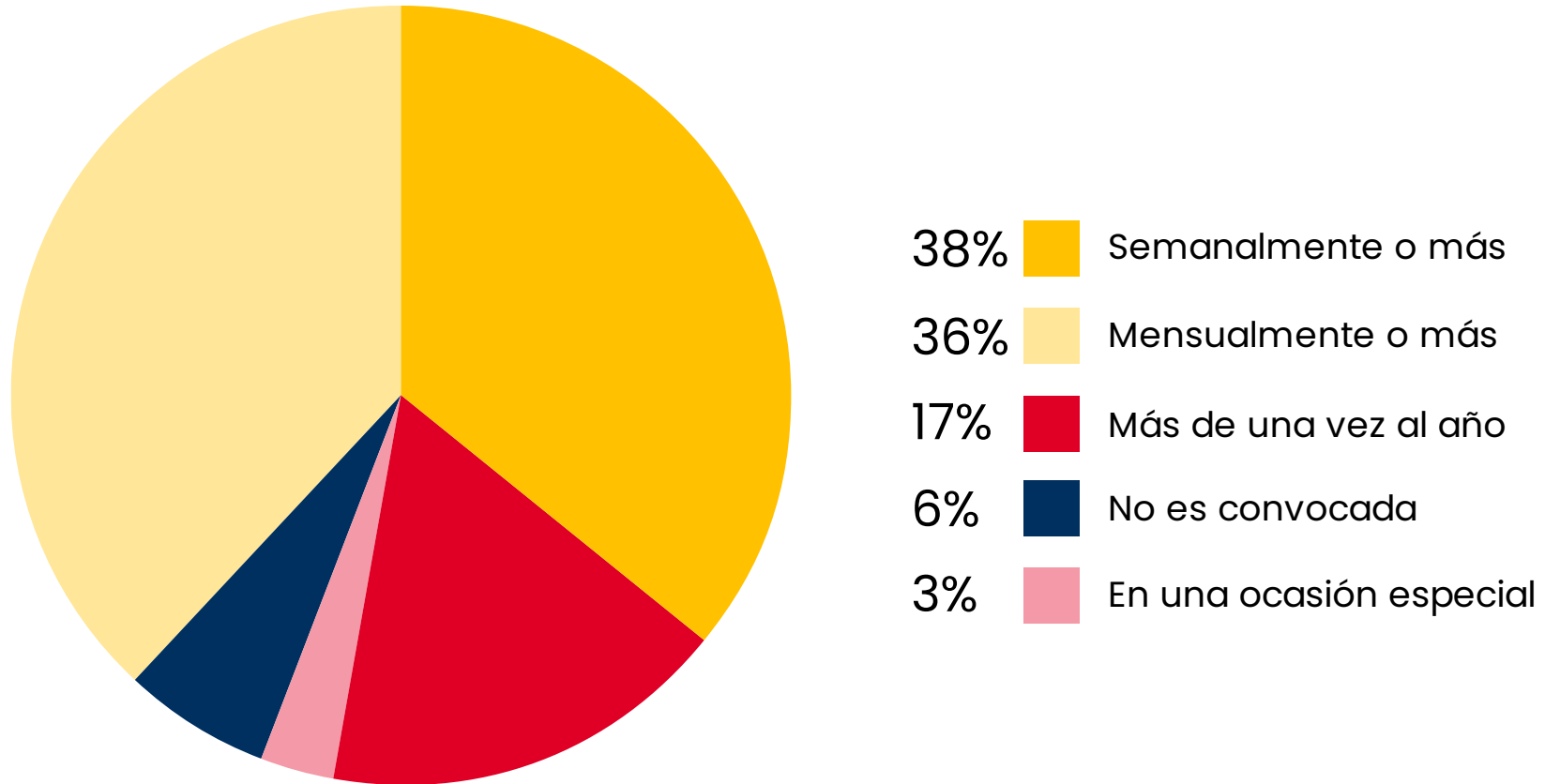
Sí, se encuentra en relación estrecha con ella
9%

No se encuentra en el área ni en relación estrecha
6%

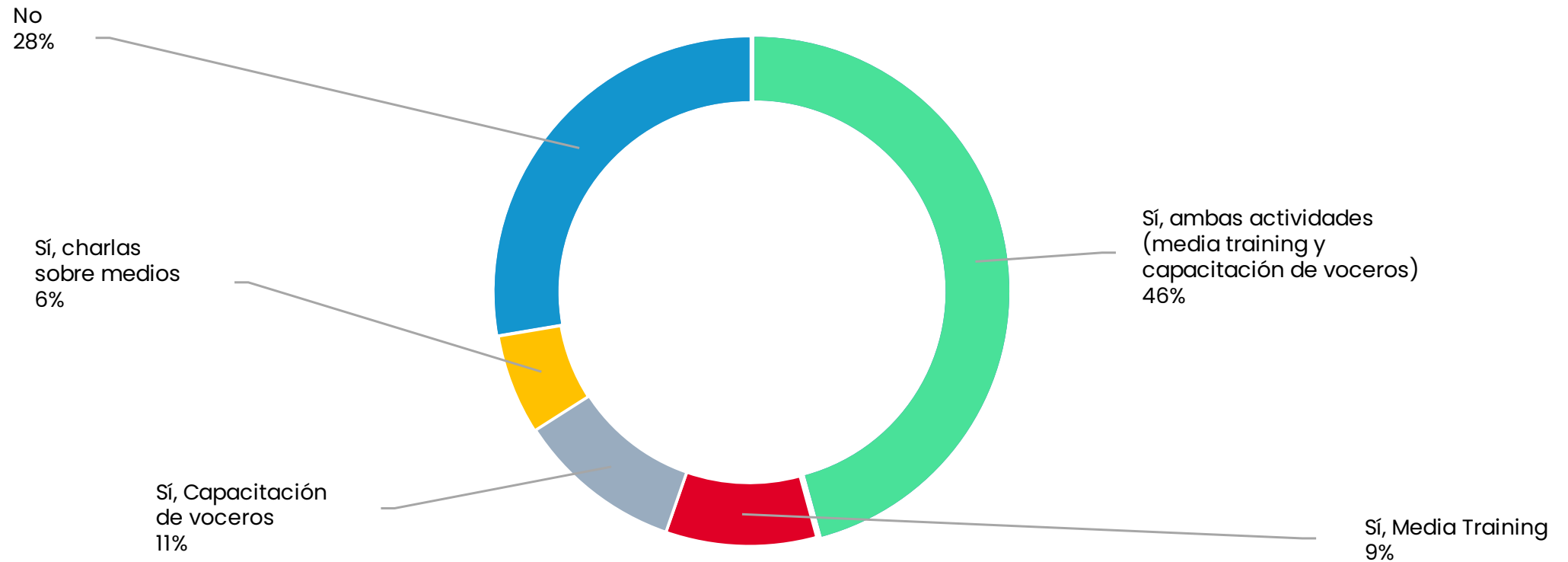


Sí, se encuentra dentro del Área de Comunicación
85%

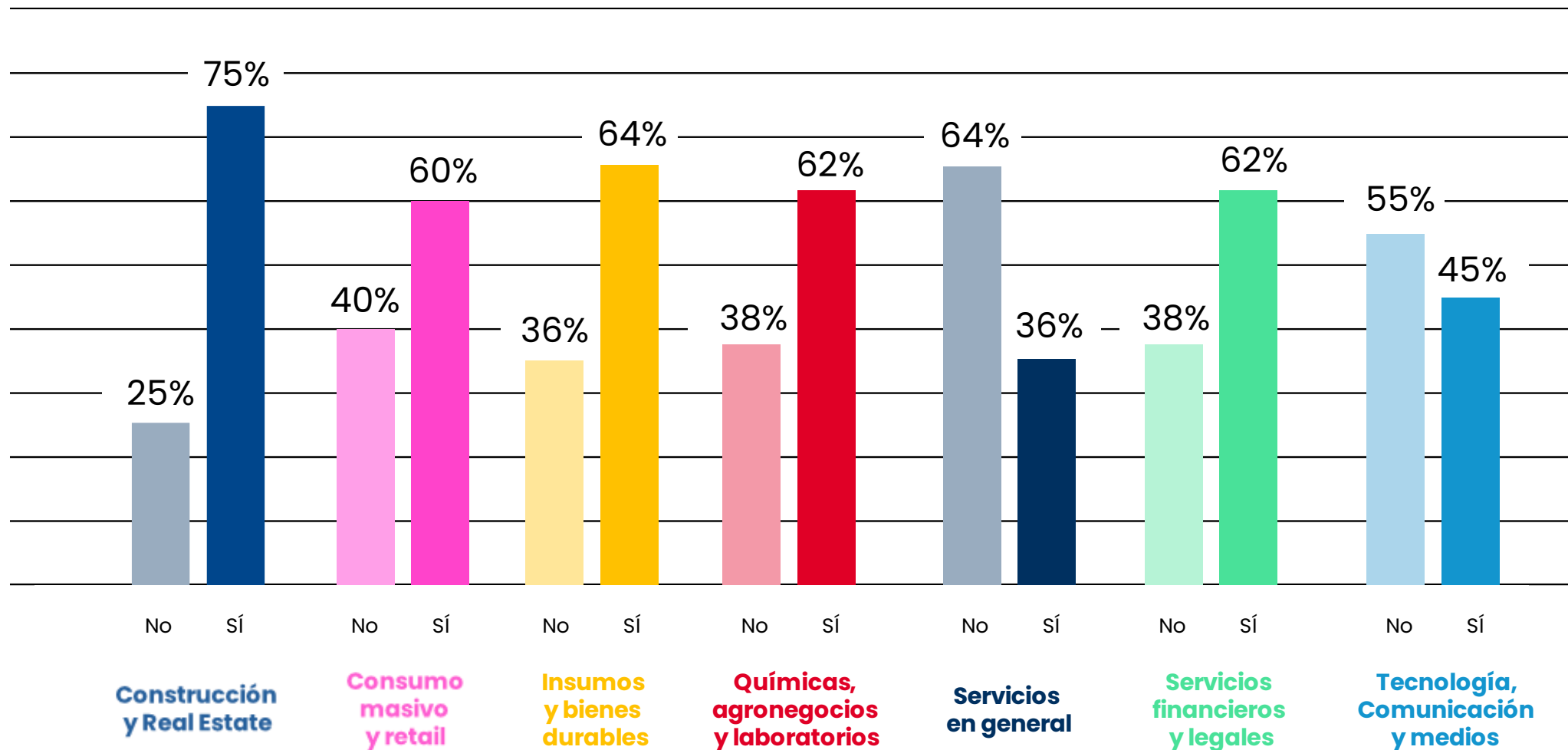
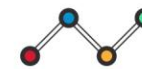
¿Con qué frecuencia la empresa es convocada o consultada por medios de comunicación?



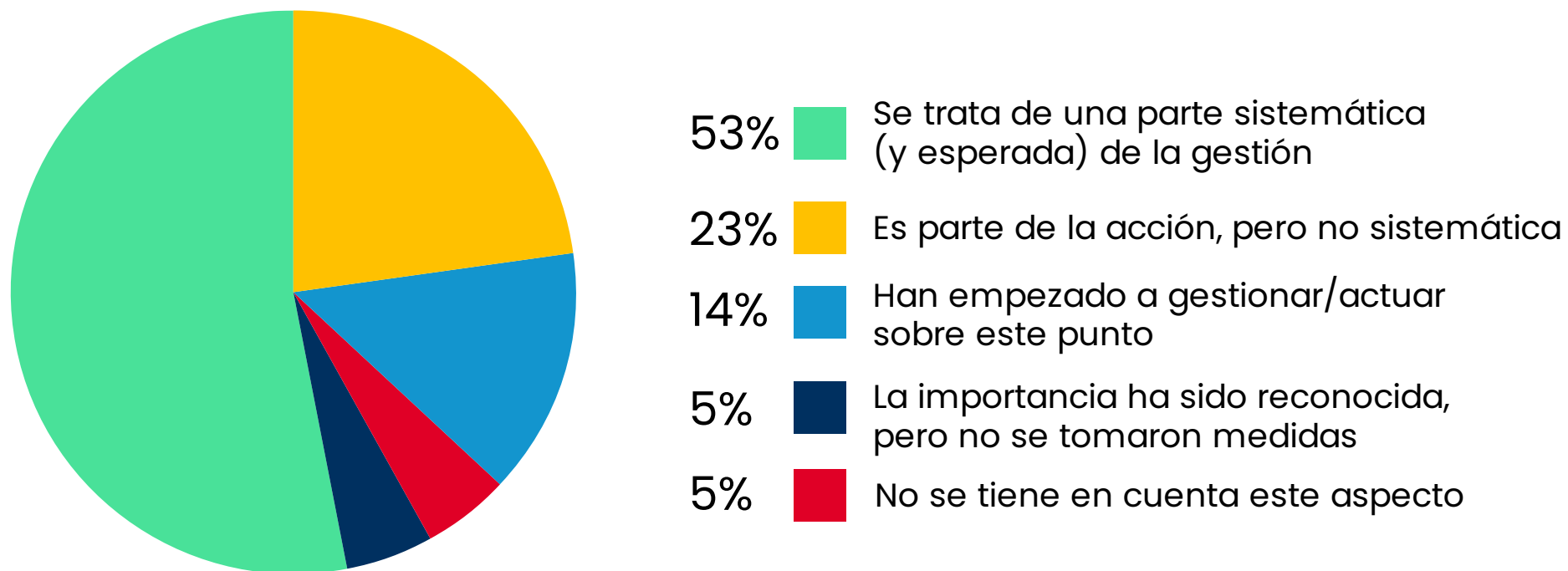
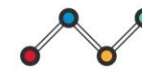
¿Se realizan anualmente actividades de media training y capacitación de voceros?



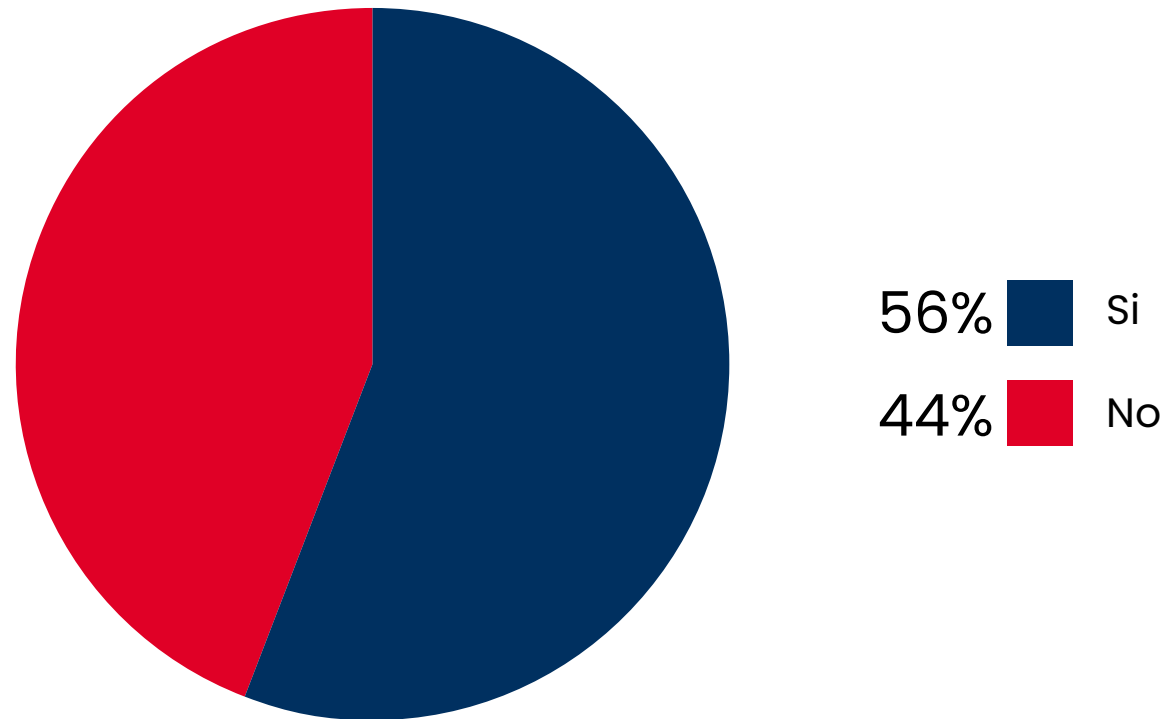
¿Se relizan anualmente actividades de media training y capacitación de voceros?



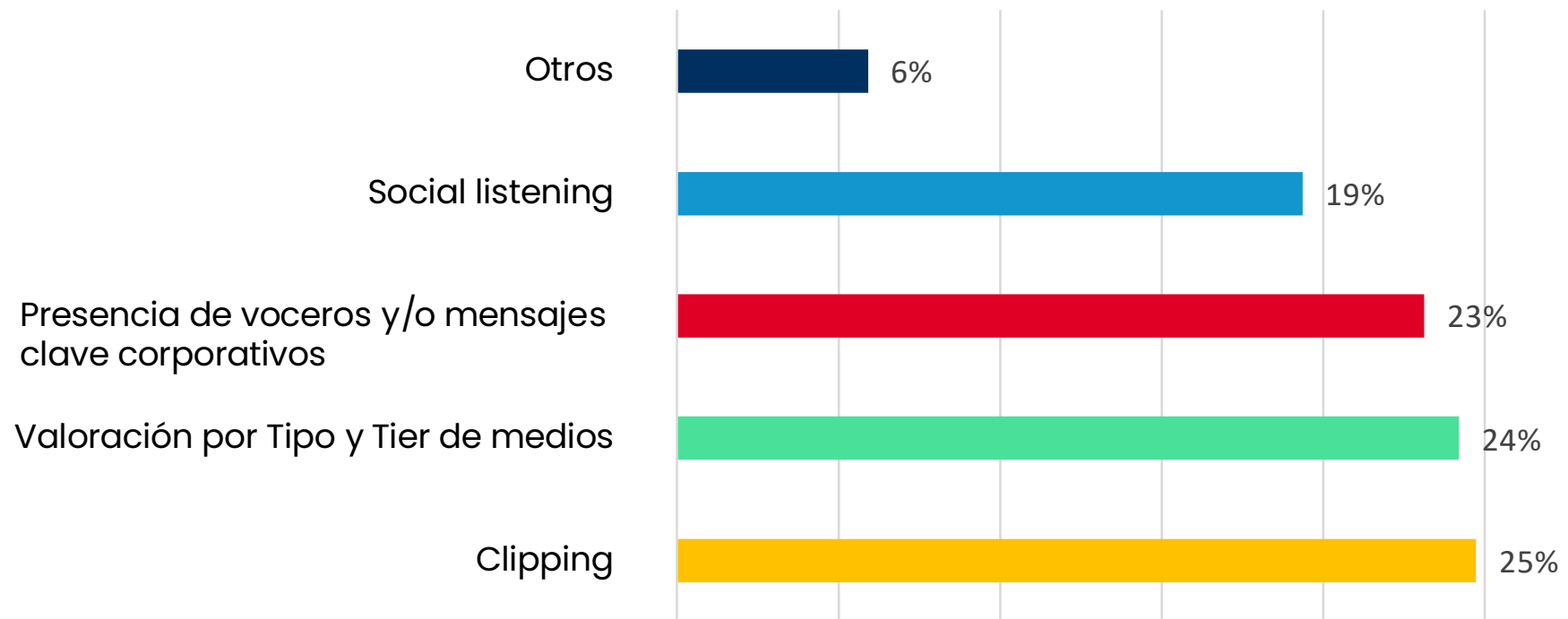
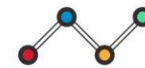
¿Se trabaja con definición de target y segmentación para comunicaciones o acciones con medios?



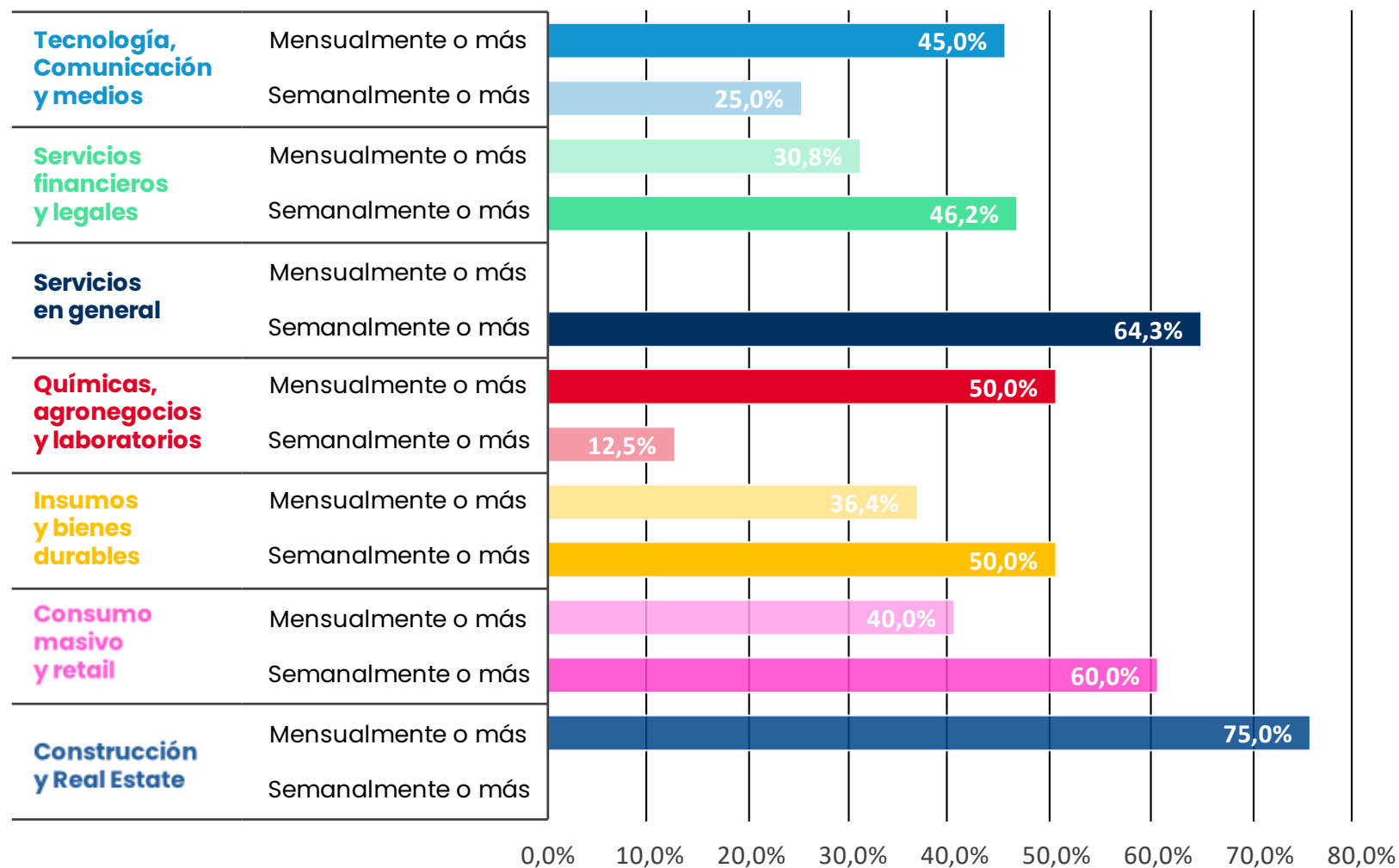
¿Utilizan métricas o herramientas específicas para evaluar la performance en medios?



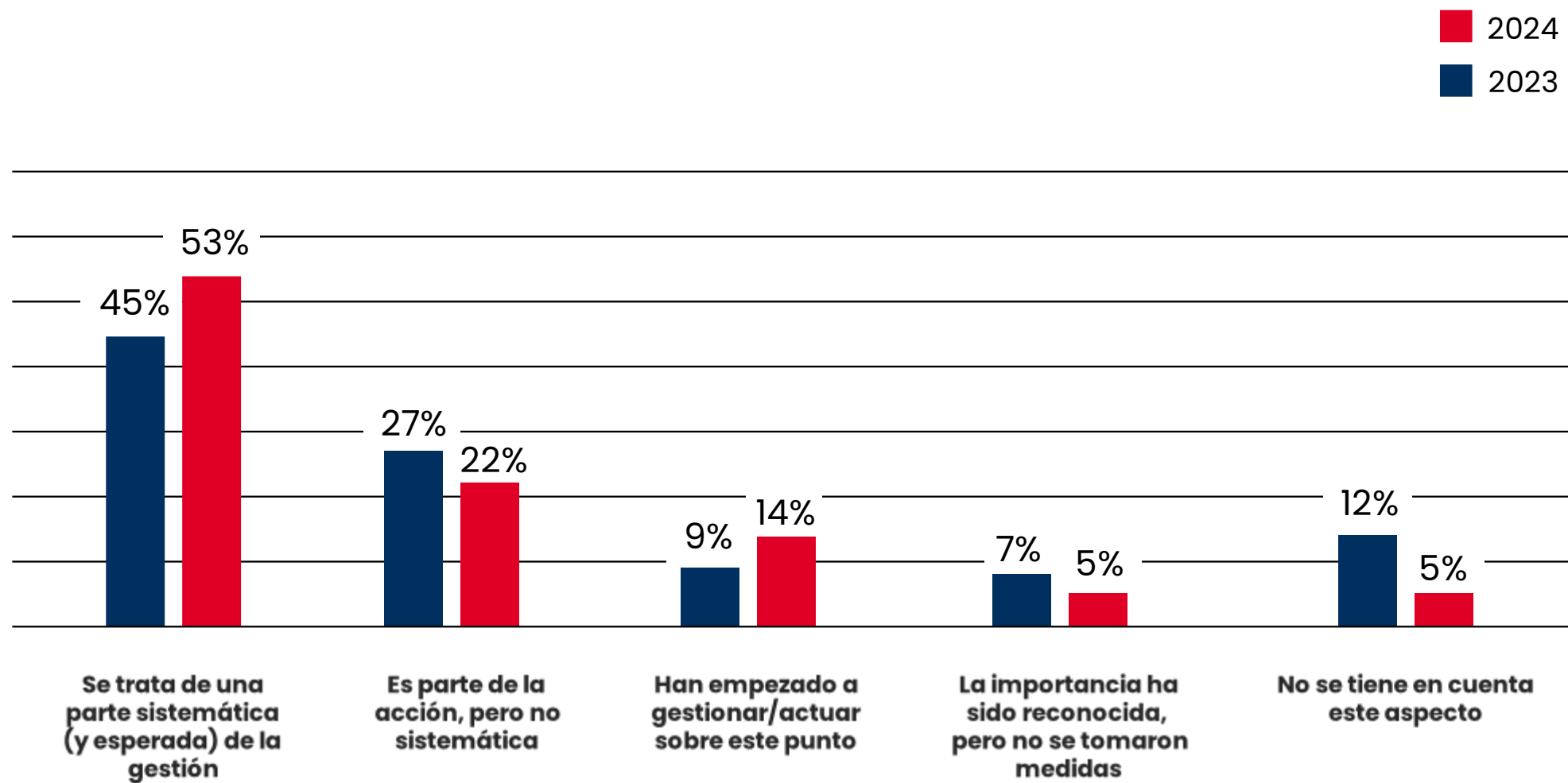
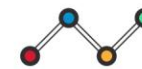
¿Qué métricas utilizan?



¿Con qué frecuencia la empresa es convocada o consultada por medios de comunicación?



¿Se trabaja con definición de target y segmentación para comunicaciones o acciones en medios (tier 1/2/3)?



¿Qué empresa mejor gestiona la relación con los medios?

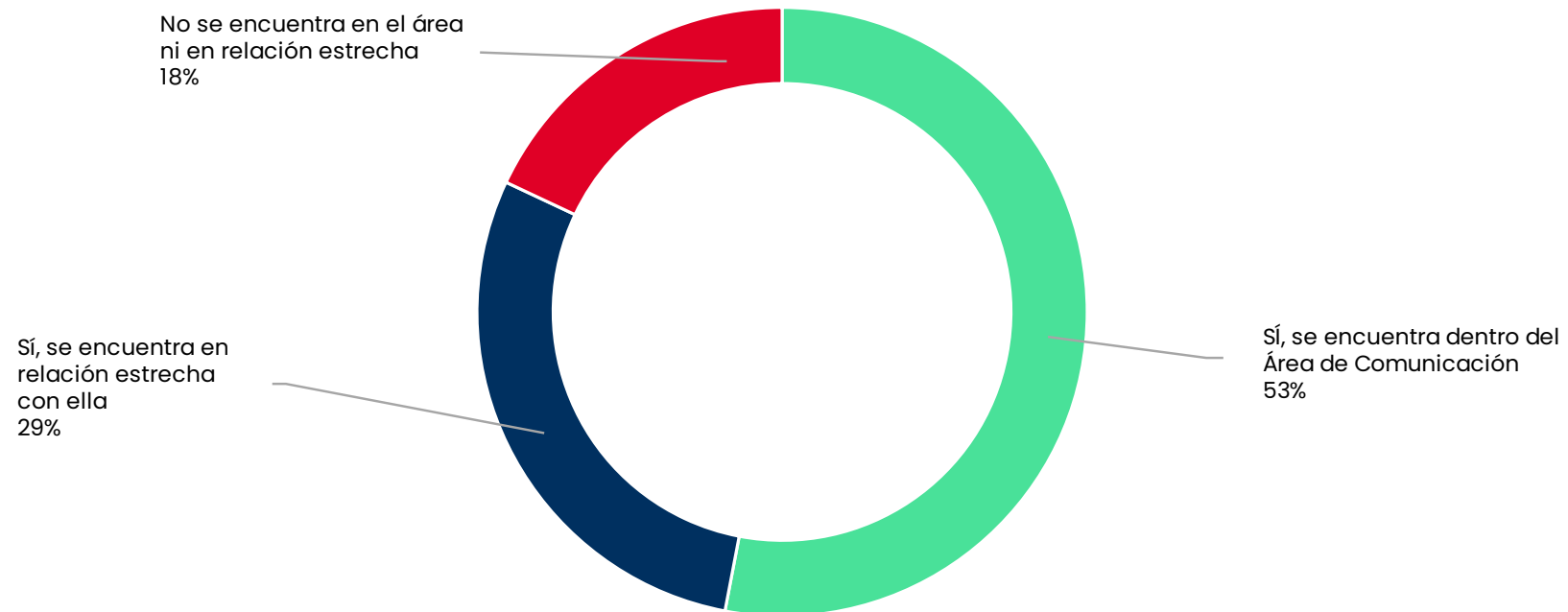




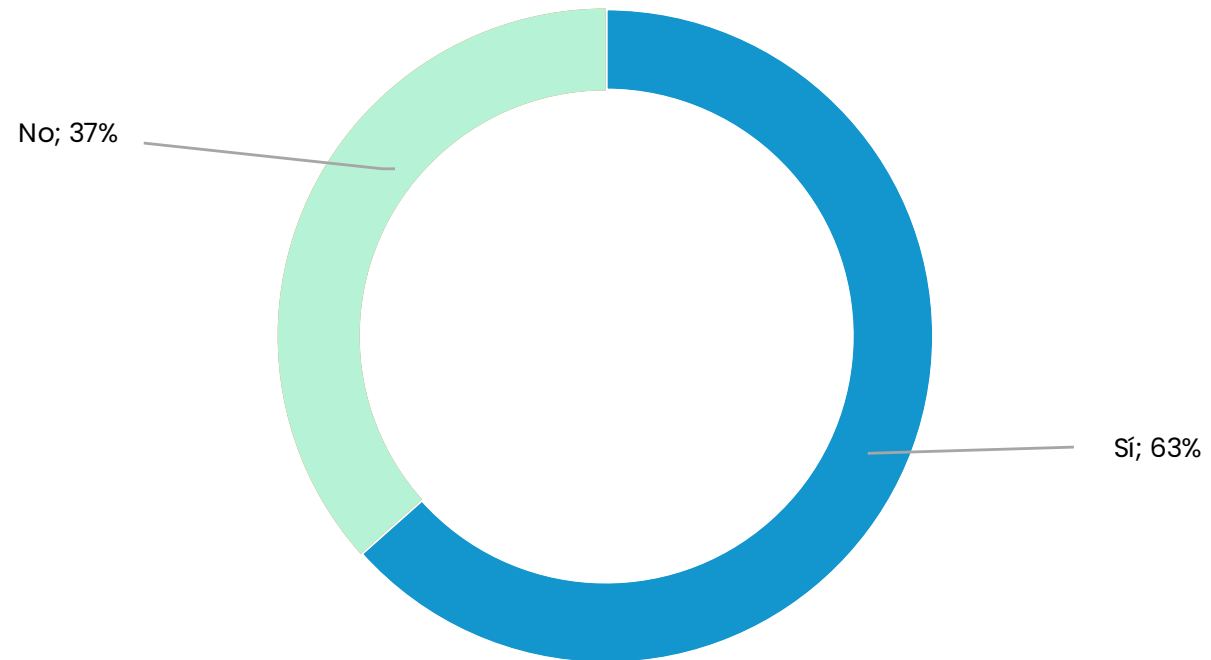
Gestión de crisis y riesgos

2

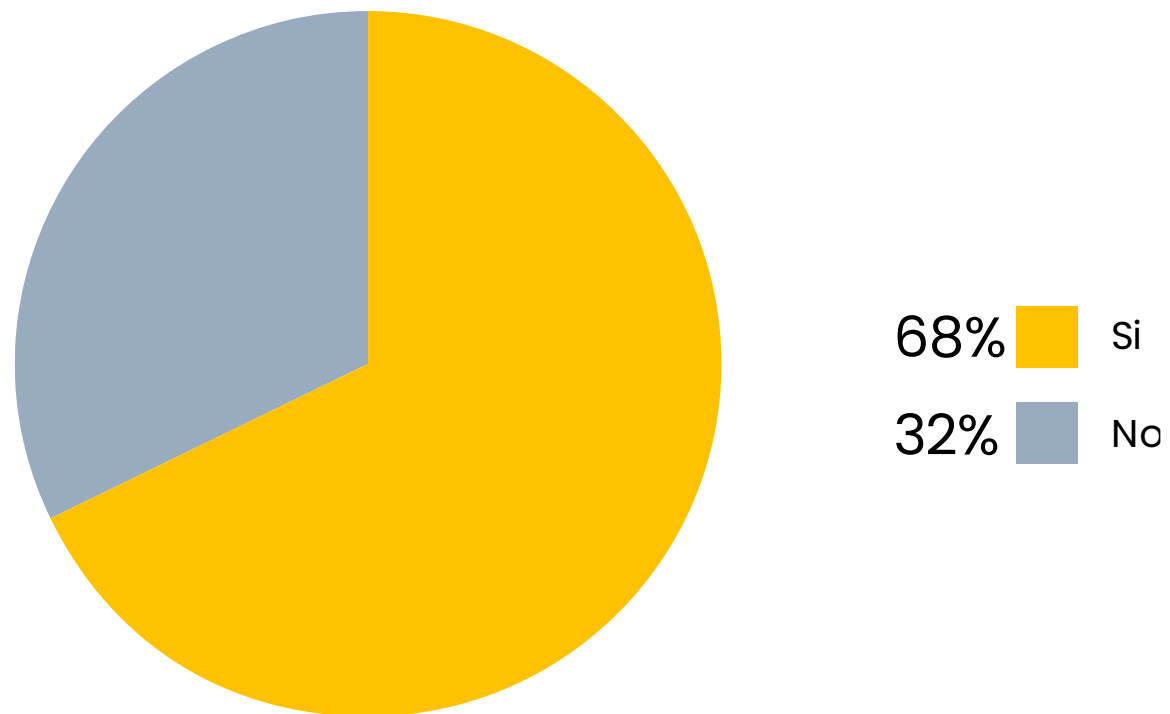
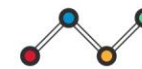
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



¿Posee matriz de Issues Management con plan de acción?



¿Existe un Comité de Crisis Reputacional?



Áreas de donde proceden los integrantes de un comité de crisis



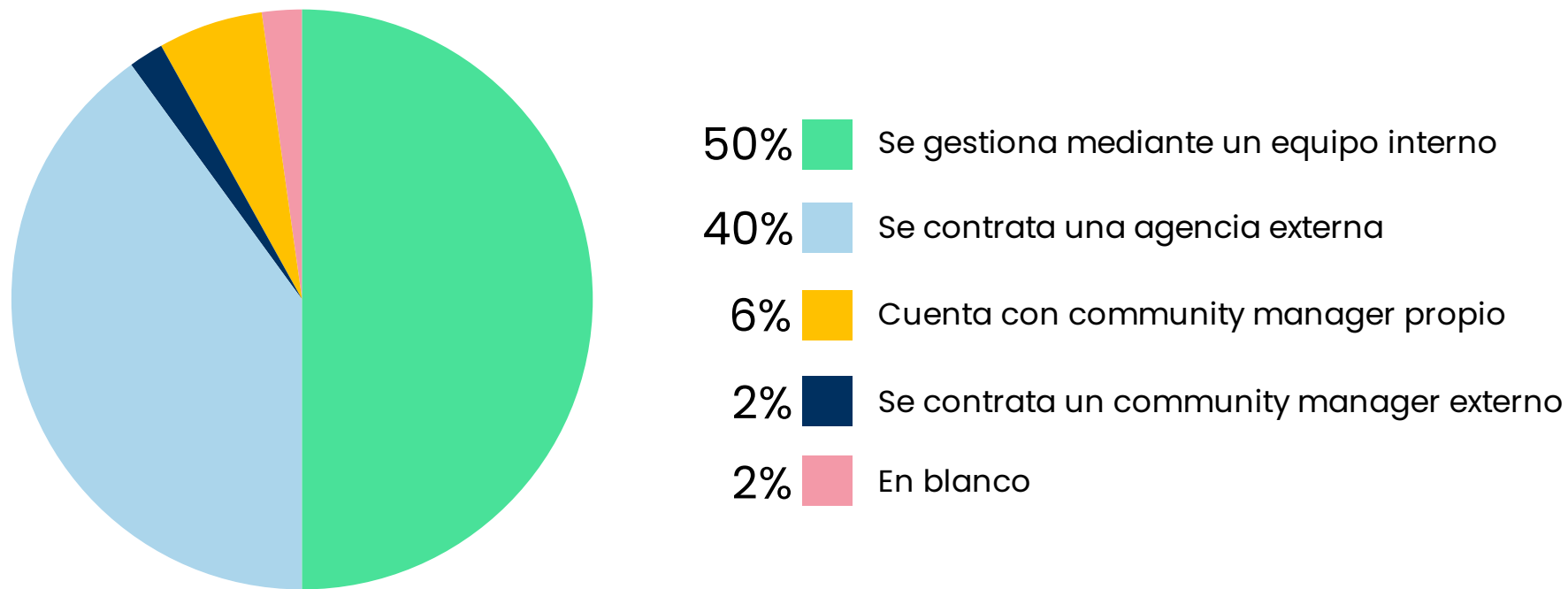
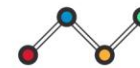
Asuntos corporativos ✦ Comunicación ✦ Asuntos públicos

CEO ✦ Compliance ✦ Gerencia general ✦ Legales

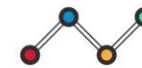
Dirección general ✦ Marketing ✦ RRHH

Estas áreas resumen las respuestas de las empresas que participaron de la encuesta

En las empresas que cuentan con un "plan de contingencia de crisis en redes sociales", ¿Con quién gestiona la empresa el manejo de la comunicación en redes sociales?



¿Qué empresa gestiona mejor sus crisis y riesgos?



Mercado Libre

YPF

2°

1°

Coca Cola -
Edesur

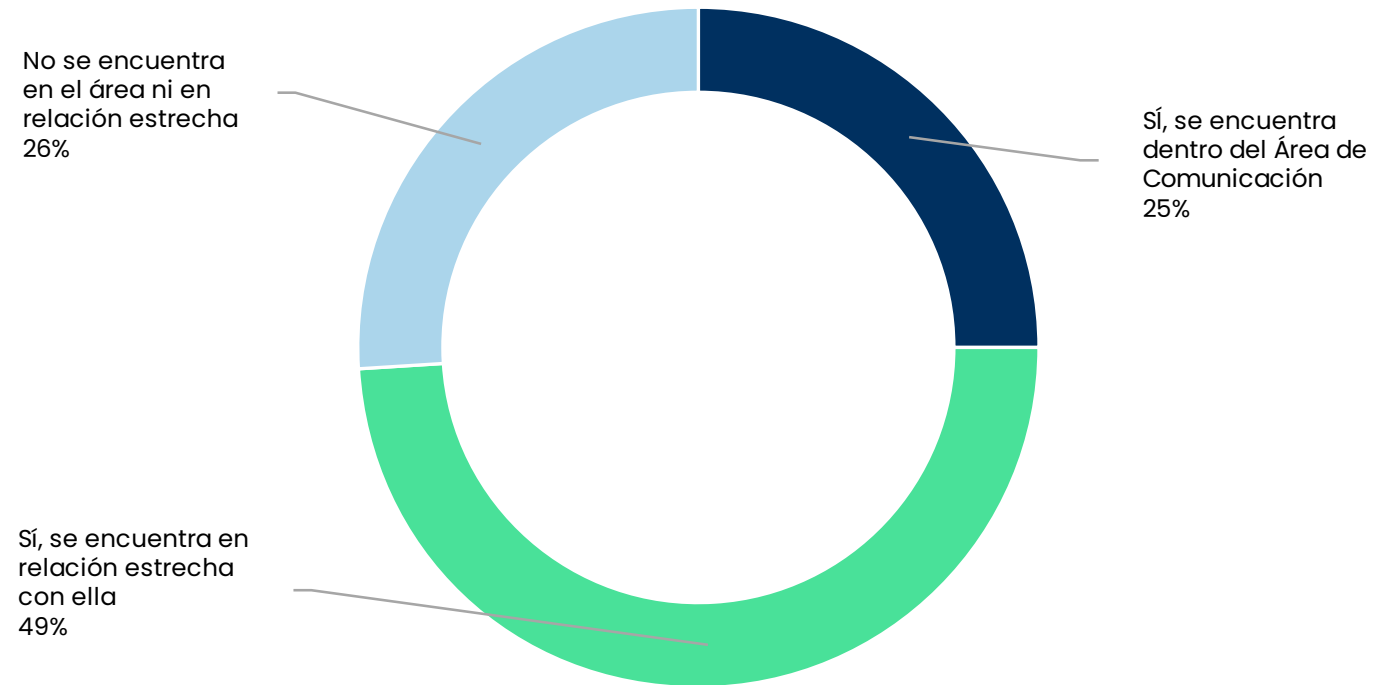
3°



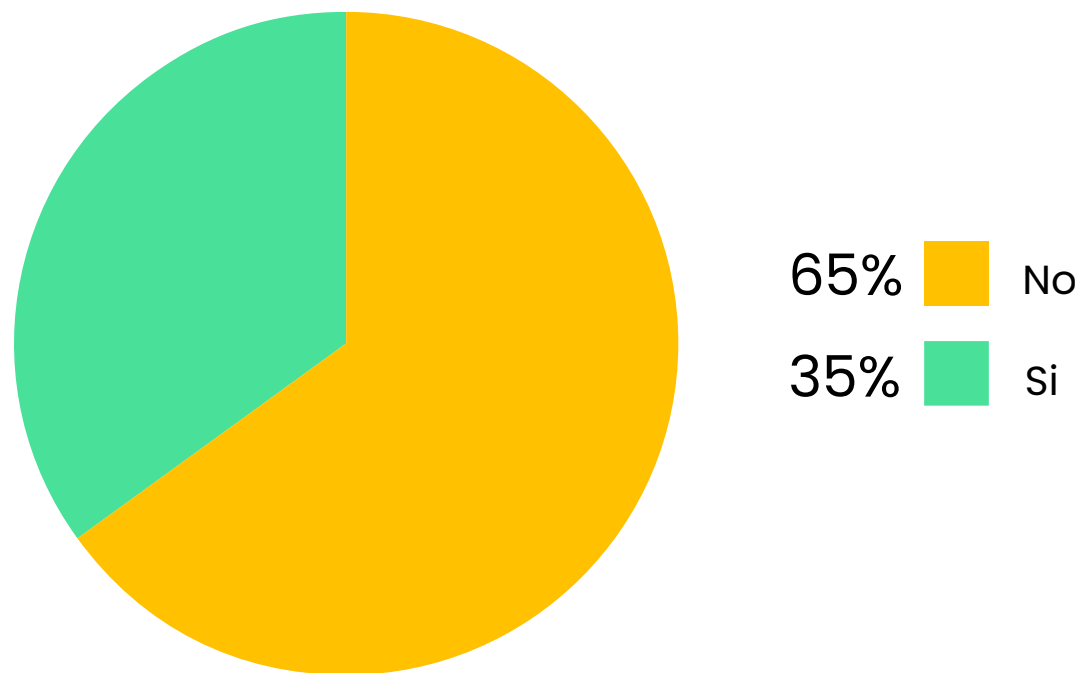
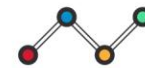
Asuntos públicos y relaciones con los gobiernos

3

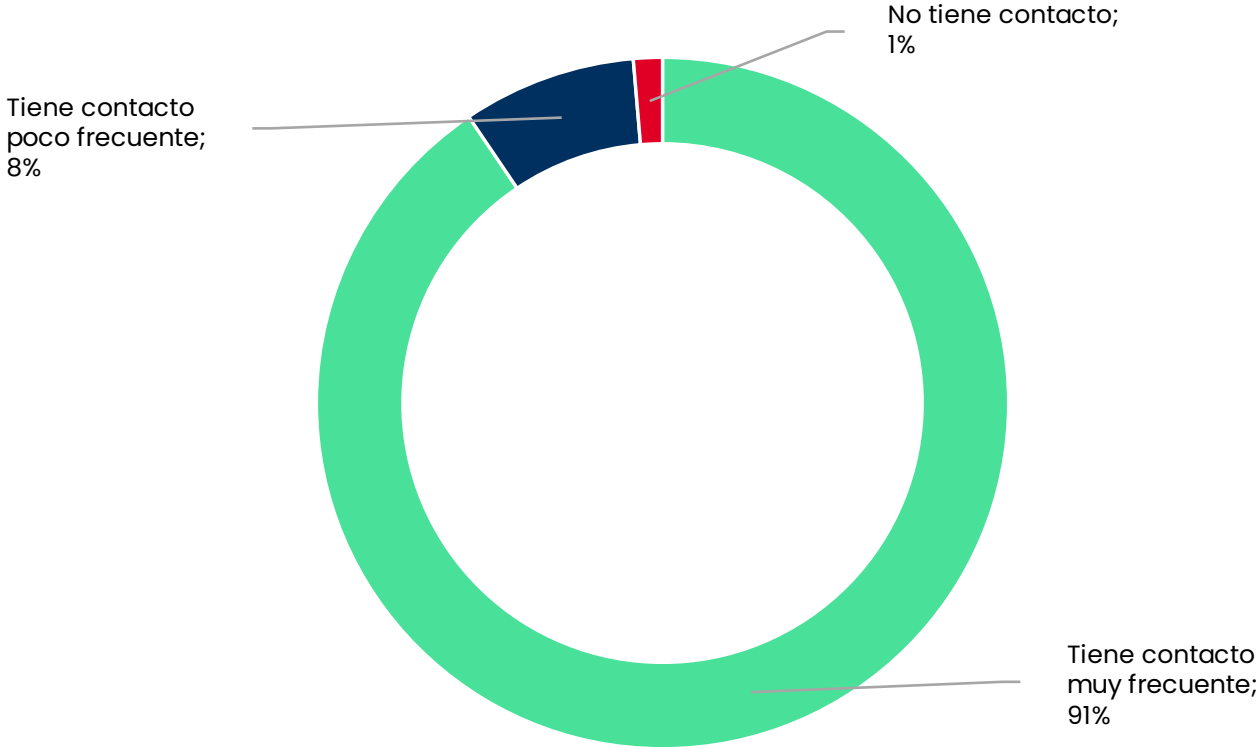
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



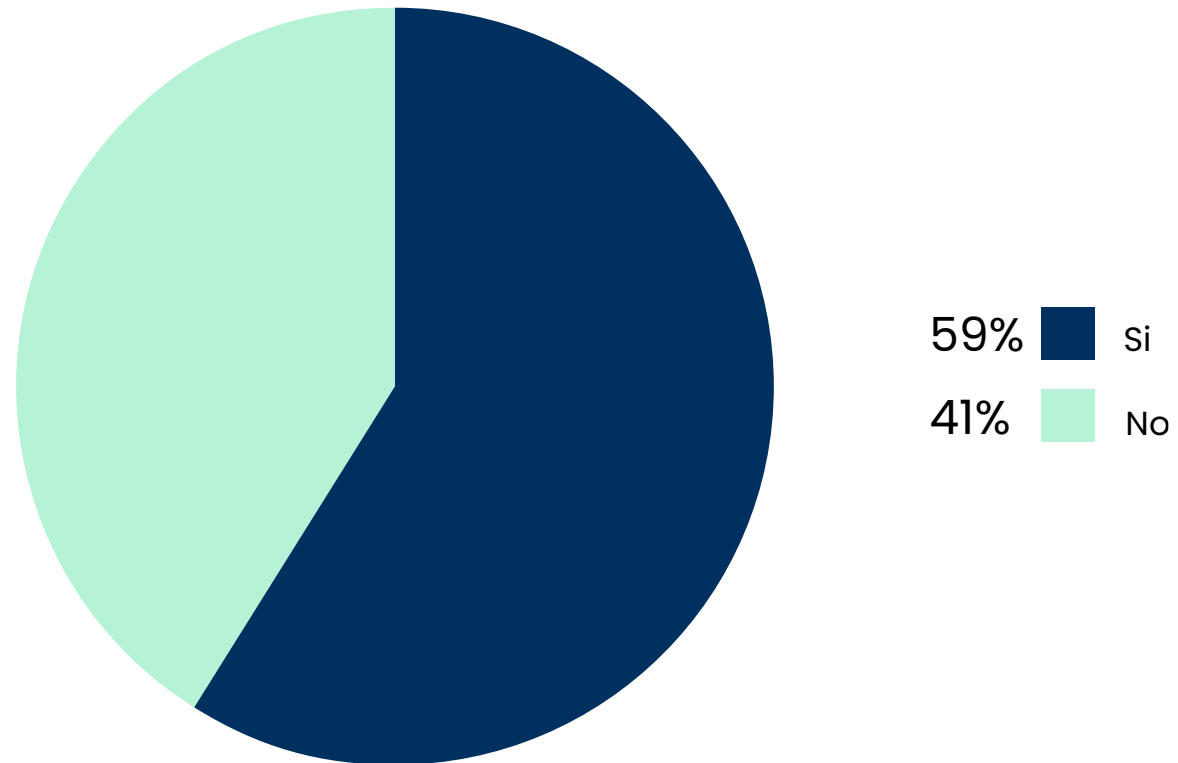
¿Se realiza seguimiento parlamentario?



¿El área de Asuntos Públicos reporta o tiene llegada directa a la alta dirección (CEO/ N°1)?



¿Se mide y se comunica el éxito de las gestiones con gobierno?



¿De qué modo mide y comunica el éxito de estas gestiones?



Realizamos reportes semestrales y anuales sobre la gestión.

Otras respuestas:

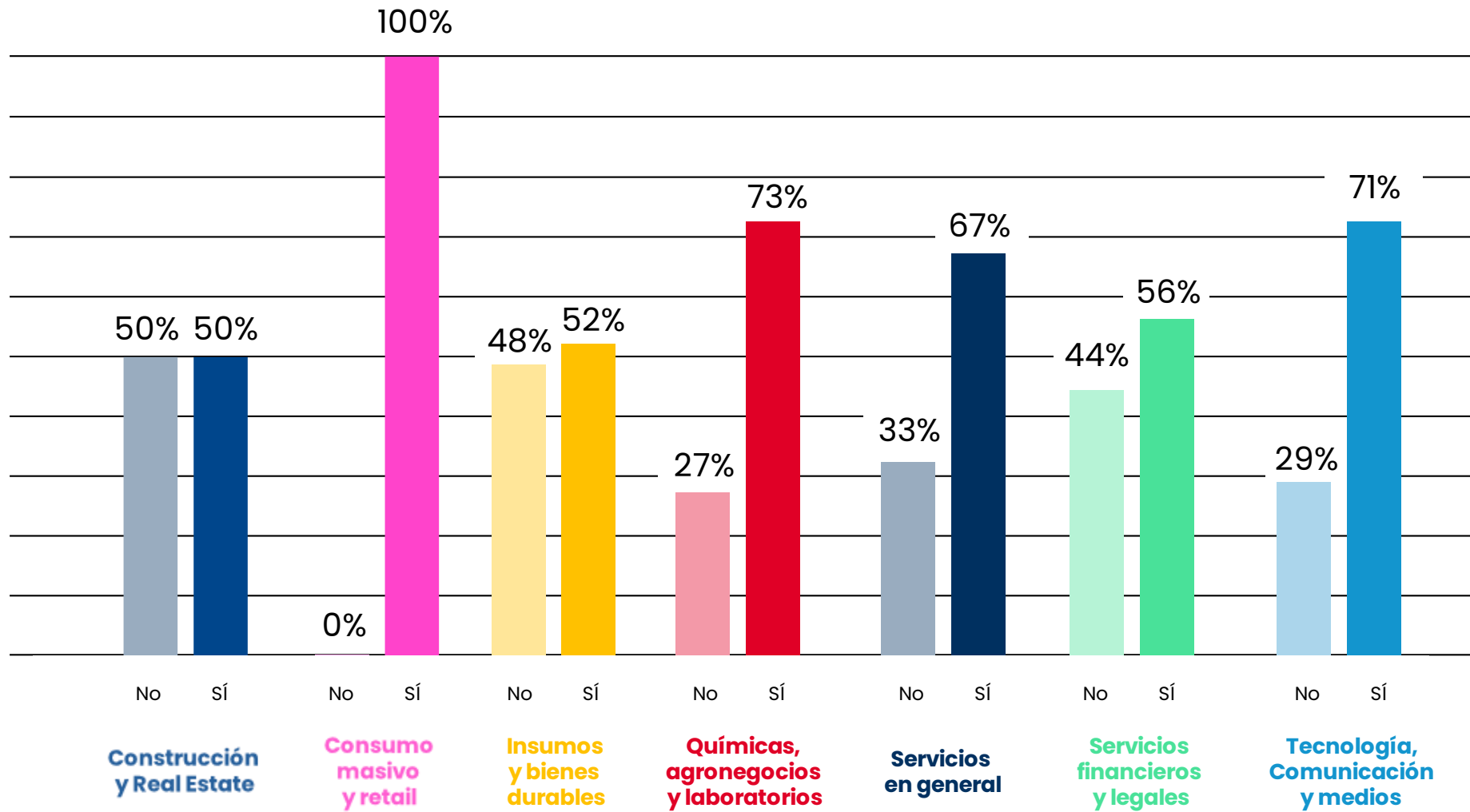
A través de un Steering Group

Comunicación interna o reducida a grupos de interés

Reportes y comunicación interna de las actividades

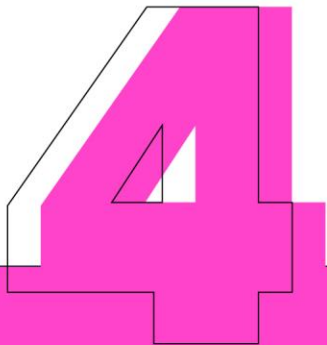
Se mide por impacto económico en el negocio.

¿Se realiza seguimiento parlamentario?

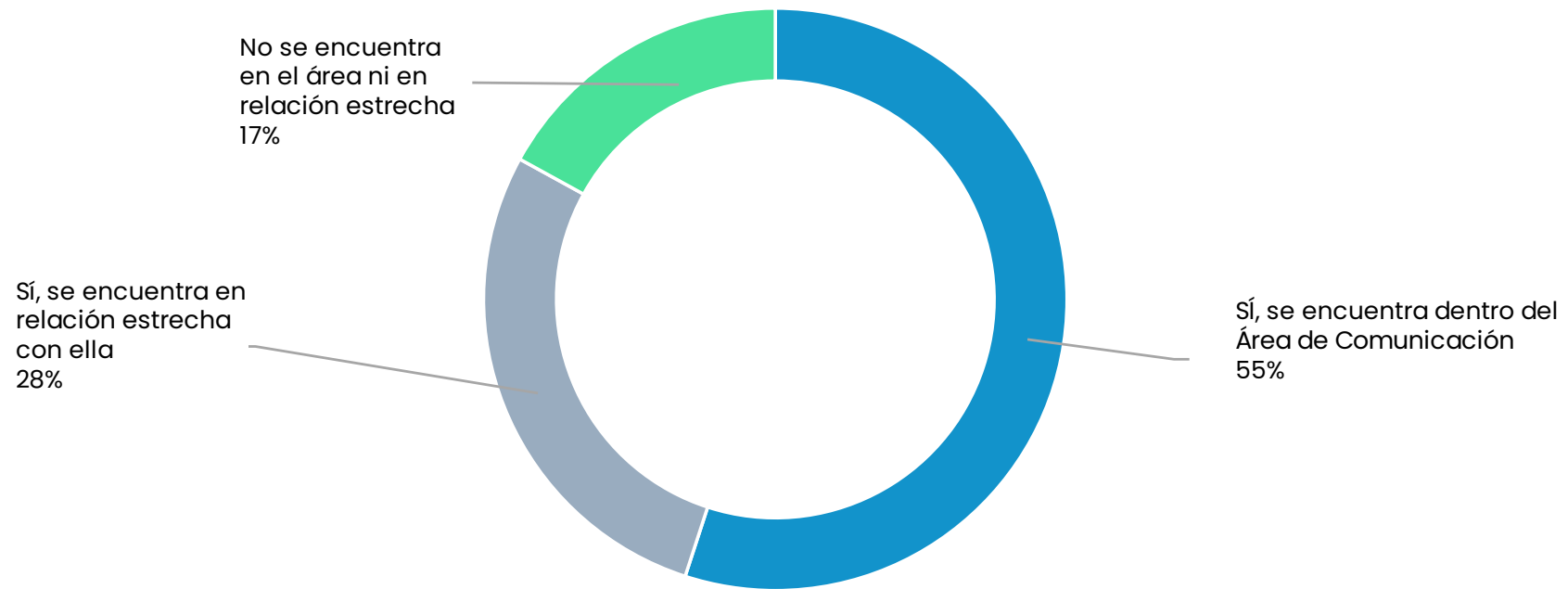




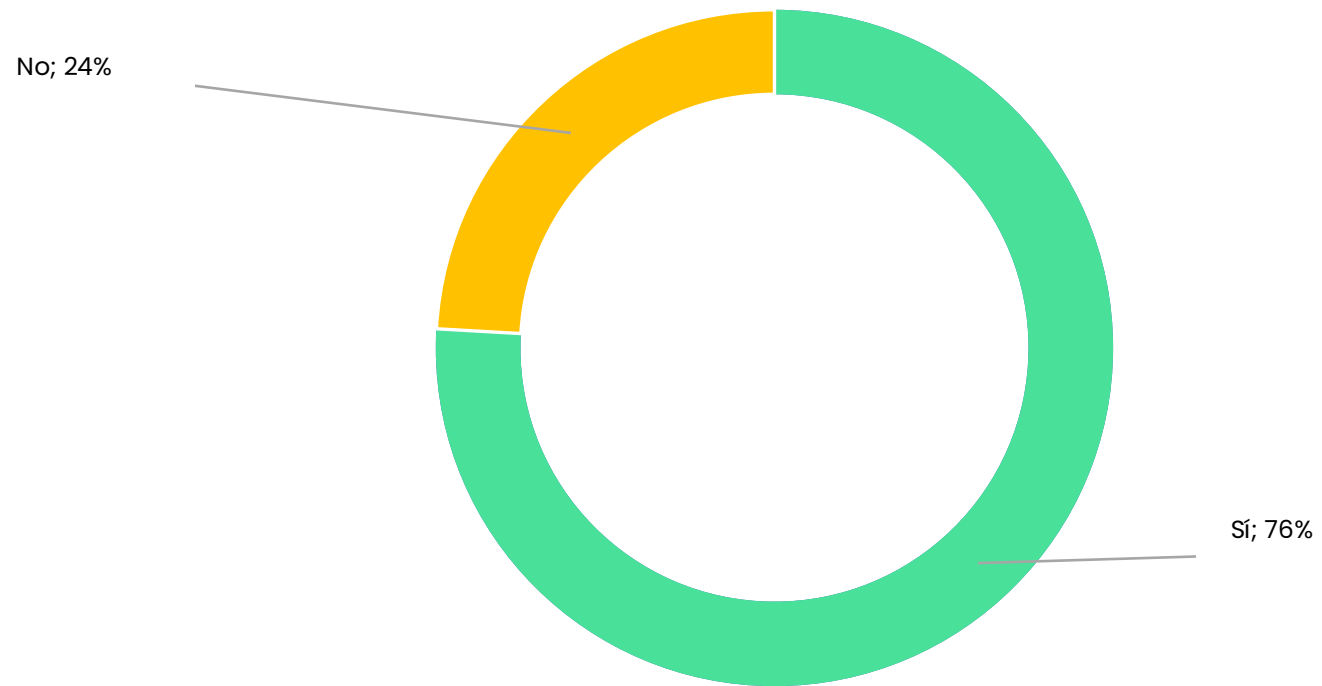
Relaciones institucionales



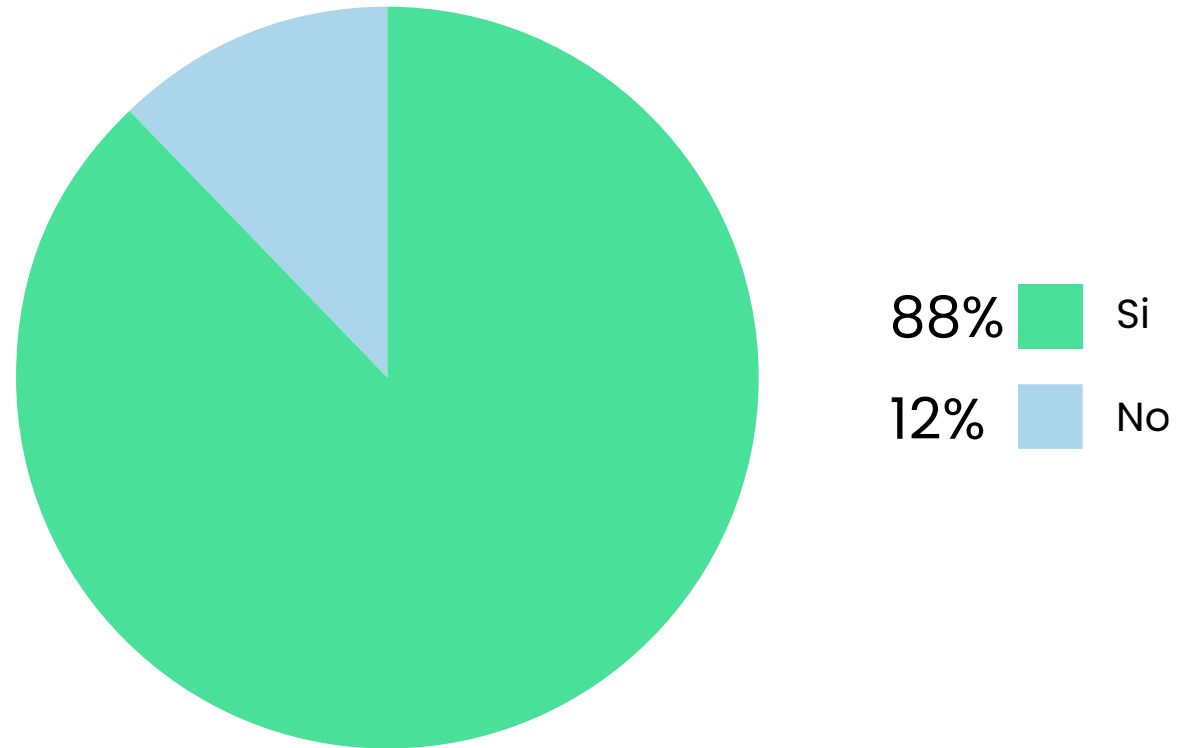
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



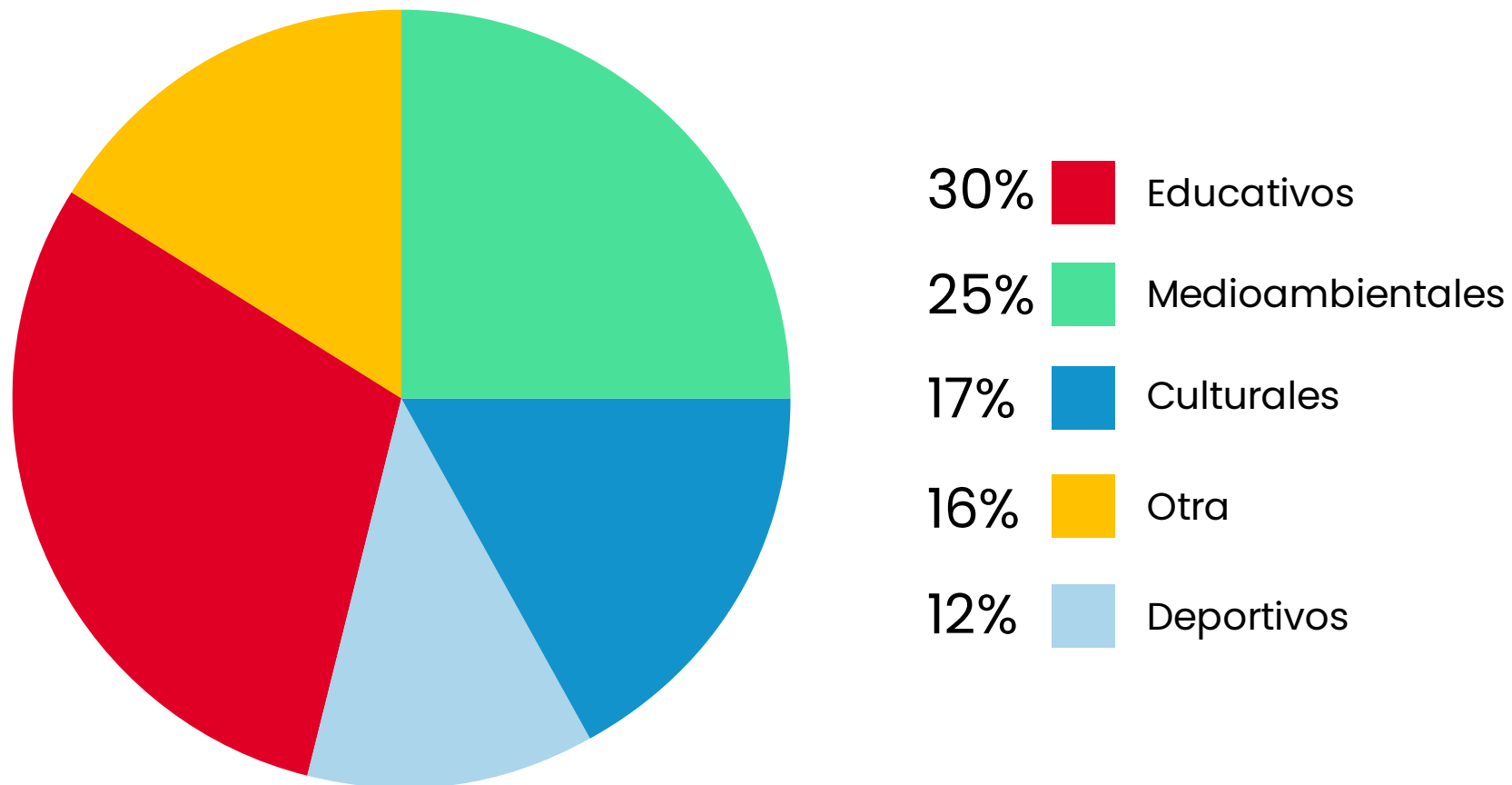
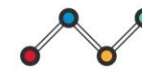
¿Posee el área un mapa de stakeholders actualizado?



¿Desarrolla la empresa Patrocinios, Partnerships o Co-branding con otras instituciones?

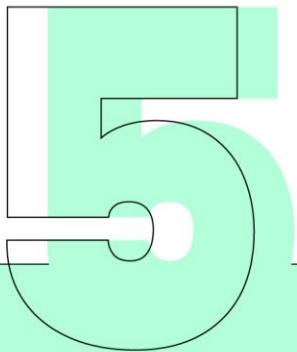


¿En qué ámbitos desarrolla estas acciones preponderantemente?

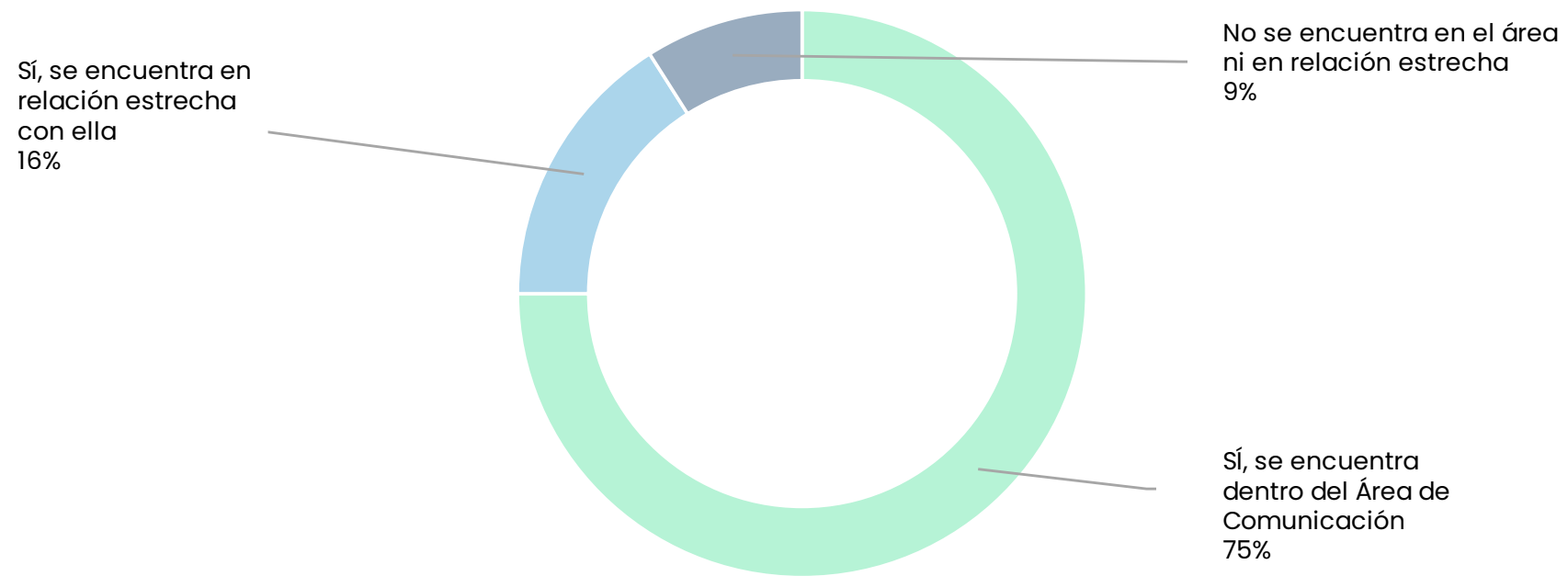




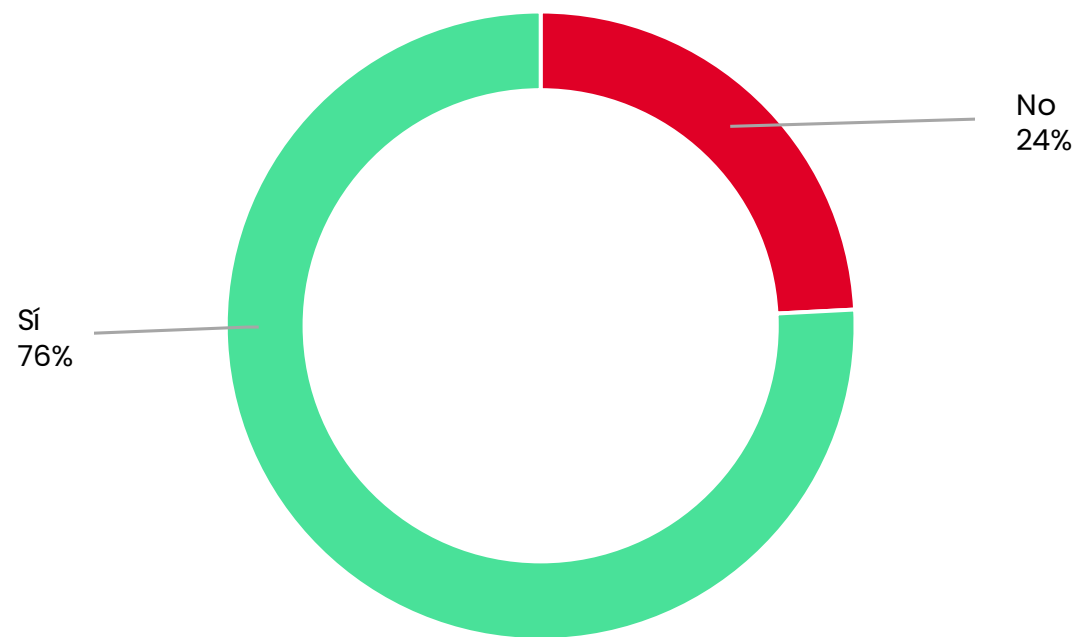
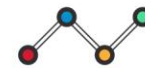
Reputación y marca corporativa



¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?

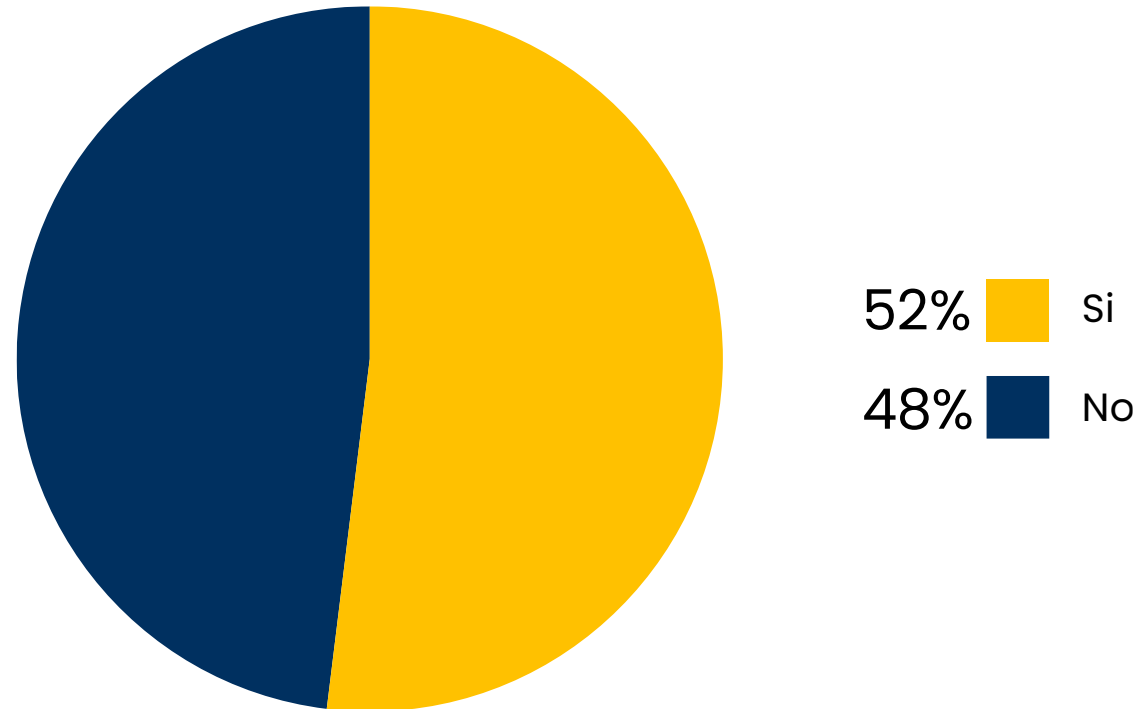


¿El sector de comunicación es responsable de la gestión de la página web corporativa?

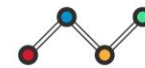


¿Se encuentra la empresa en algún ranking de reputación?

(Ranking MERCO, SEL Consultores, Revista Fortuna, Cronista Comercial)



¿Qué empresa gestiona mejor la reputación de su marca corporativa?

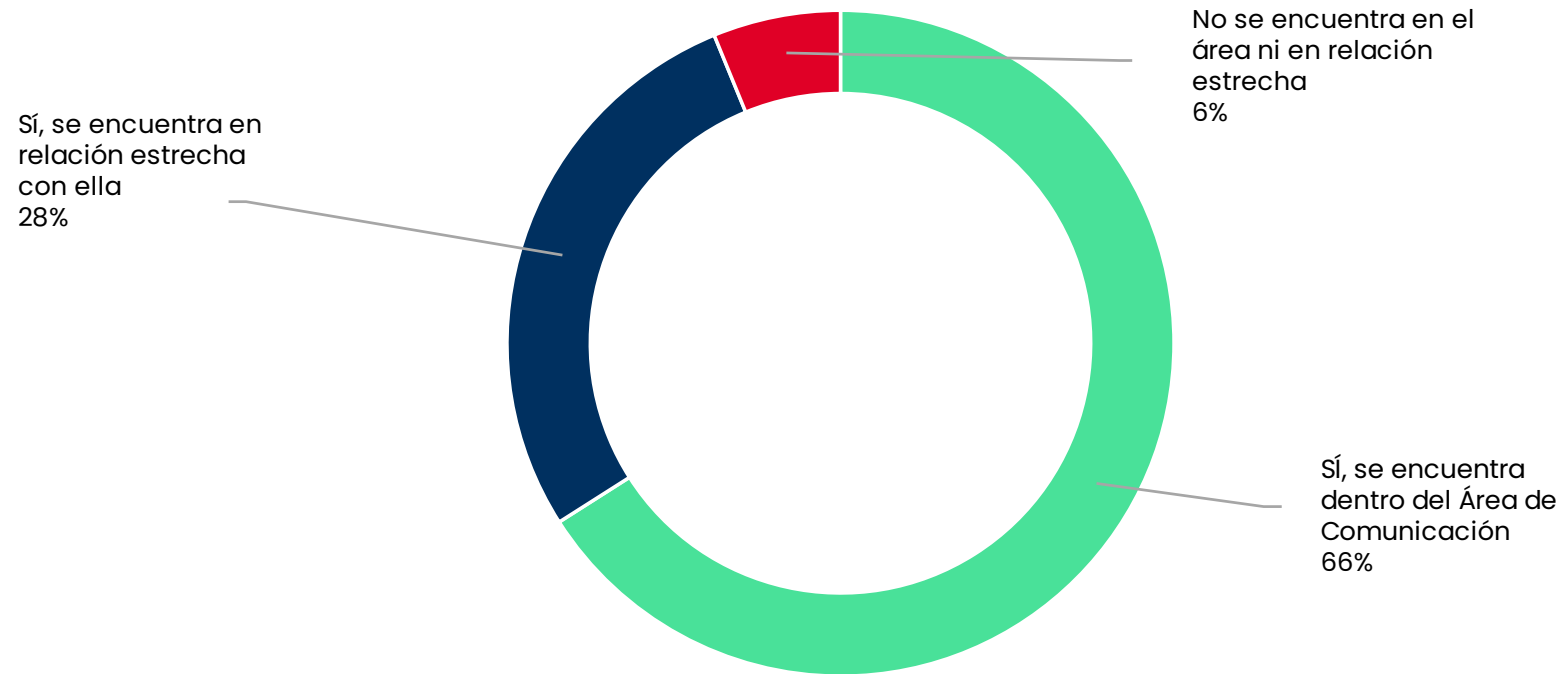




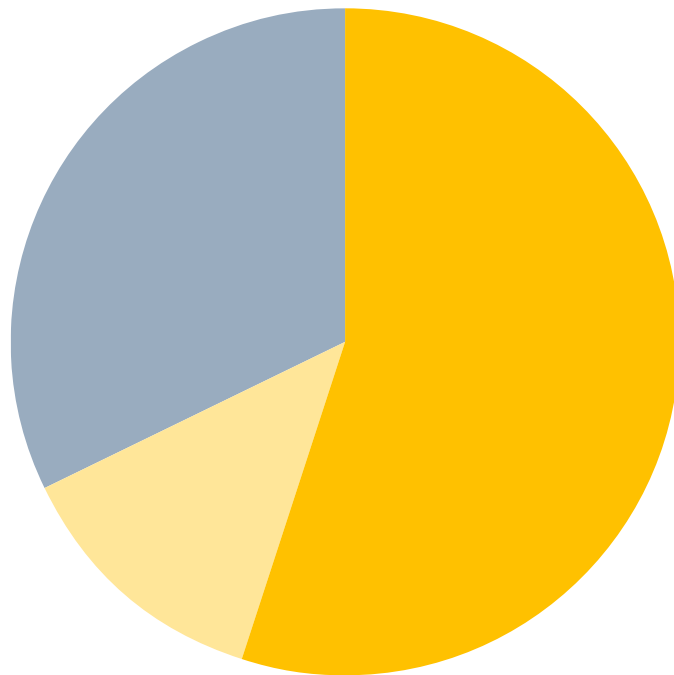
Comunicación digital y redes sociales


6


¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



¿Cómo se gestionan las redes sociales?

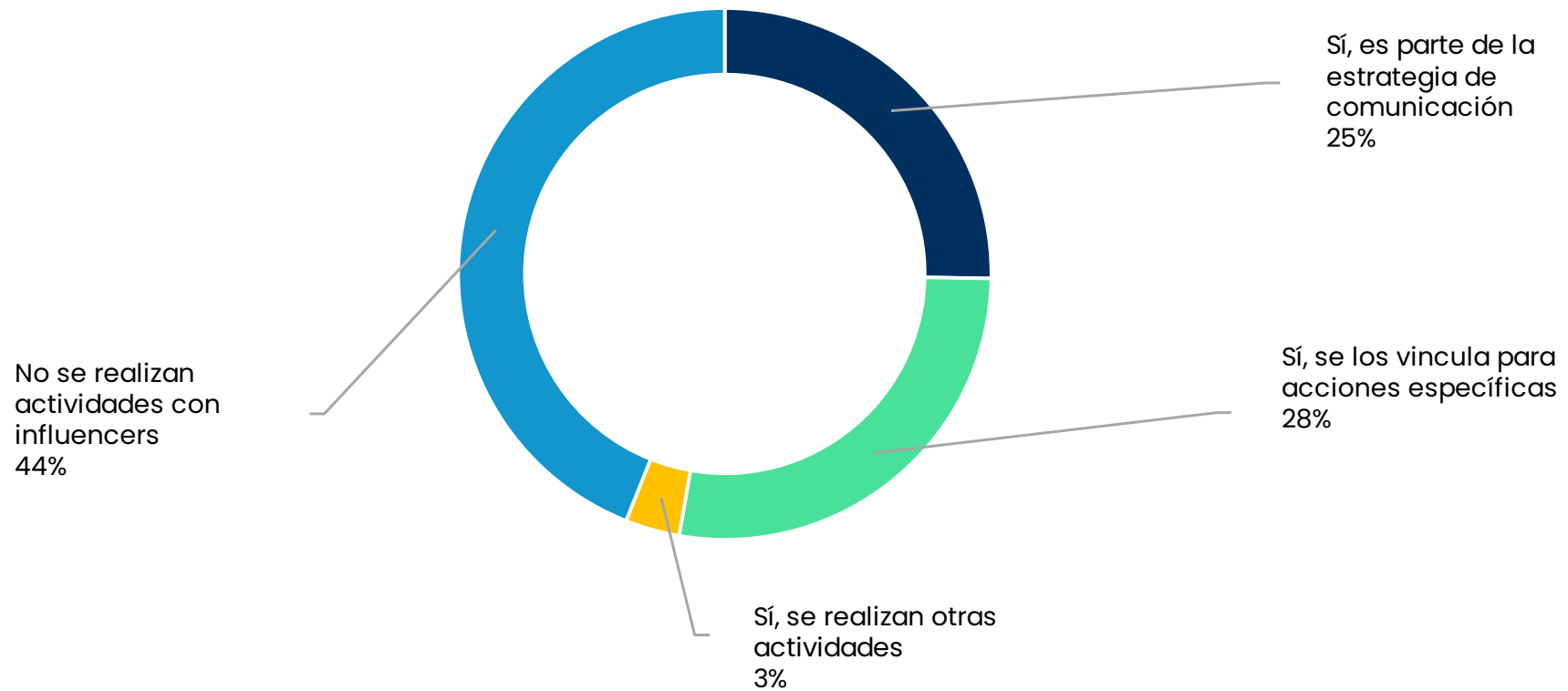


55%  Existe un manual de estilo / guidelines para el manejo de redes sociales para empleados

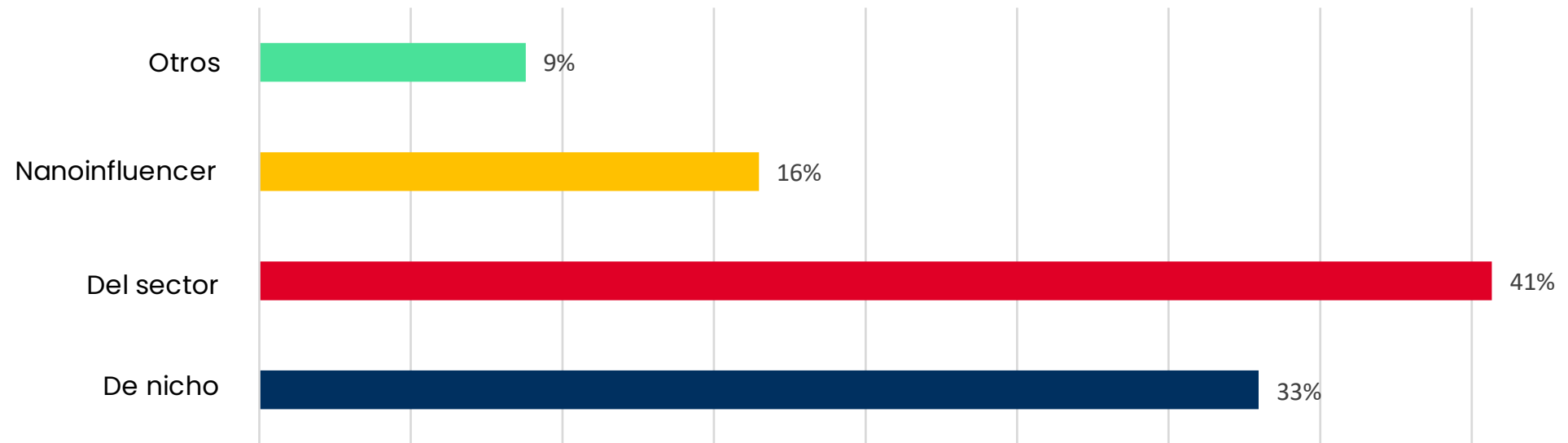
32%  Se capacita a los empleados en el uso de las redes sociales

13%  No se gestionan de manera planificada

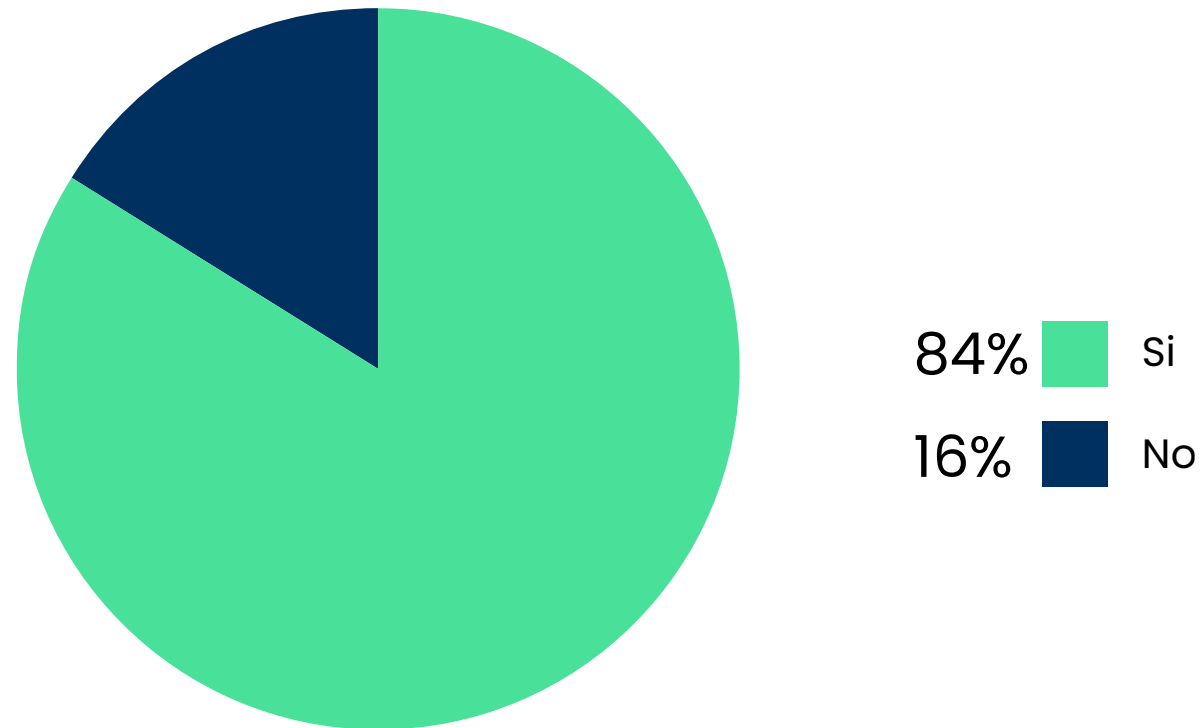
¿Se realizan actividades de relacionamiento con influencers?



¿Con qué tipo de influencers se relaciona?

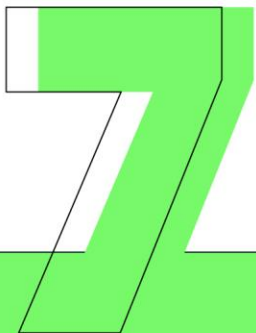


¿Se gestiona la presencia del CEO o alta dirección en redes sociales?

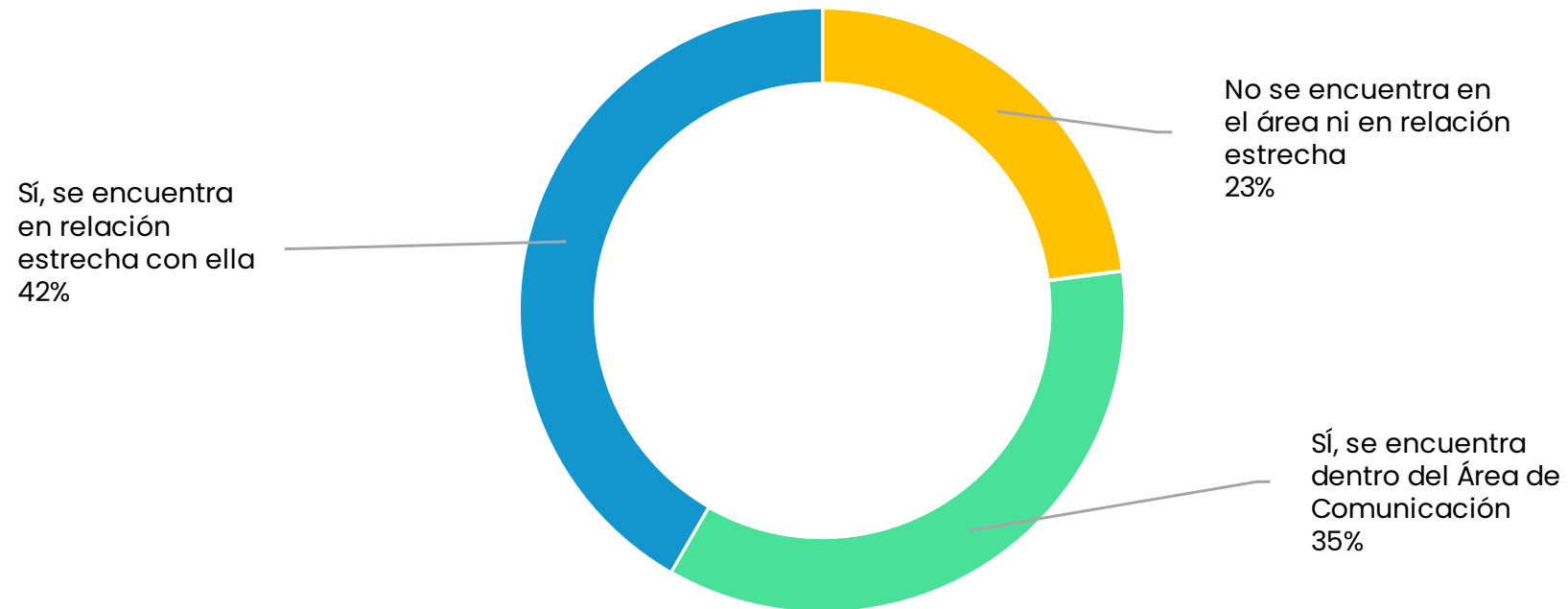




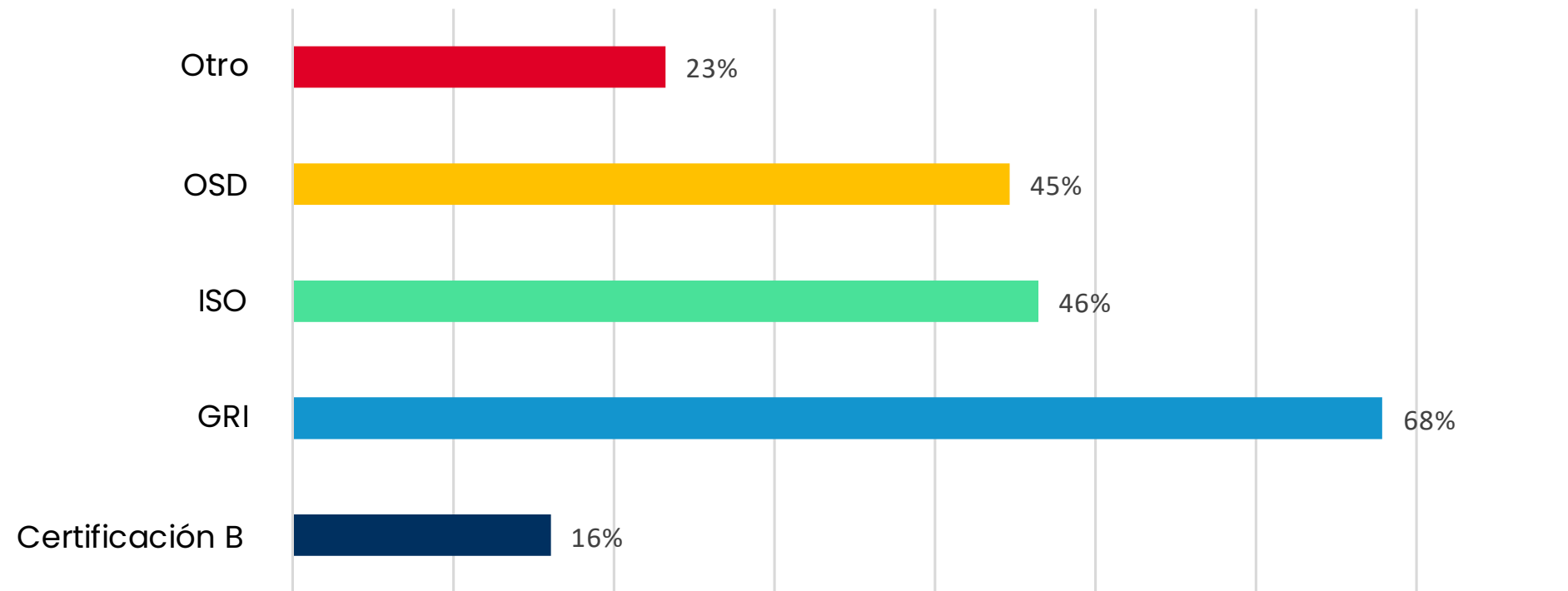
Sustentabilidad y relaciones con la comunidad



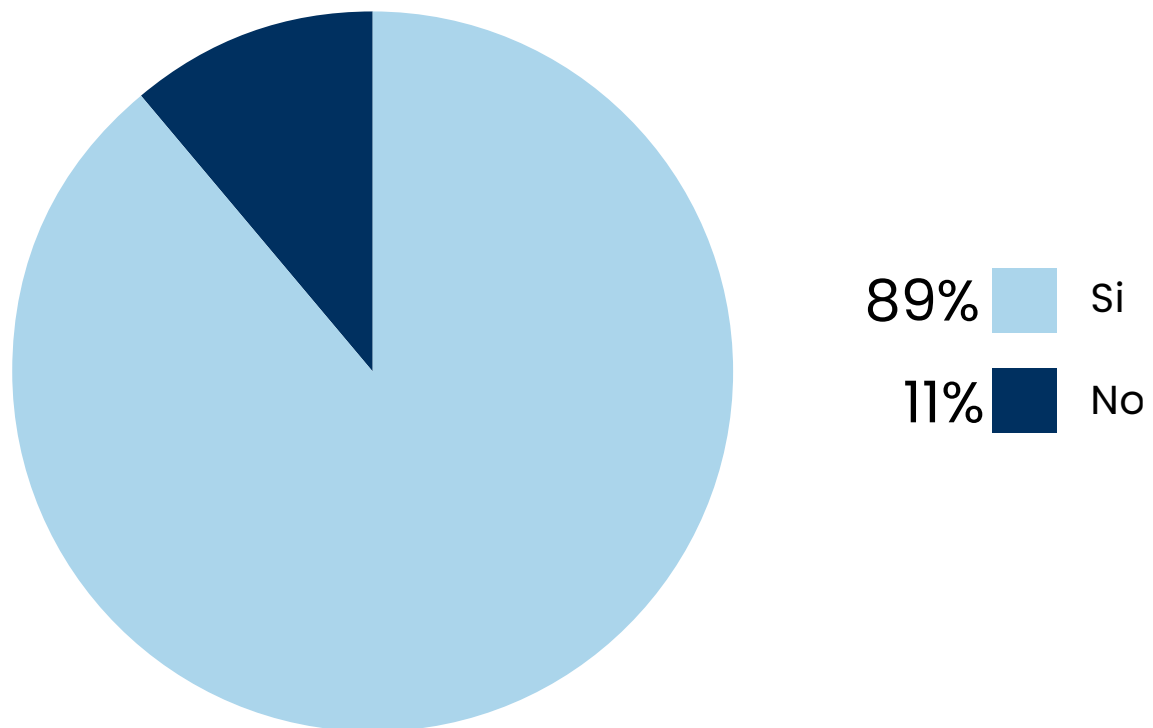
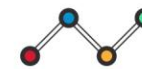
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



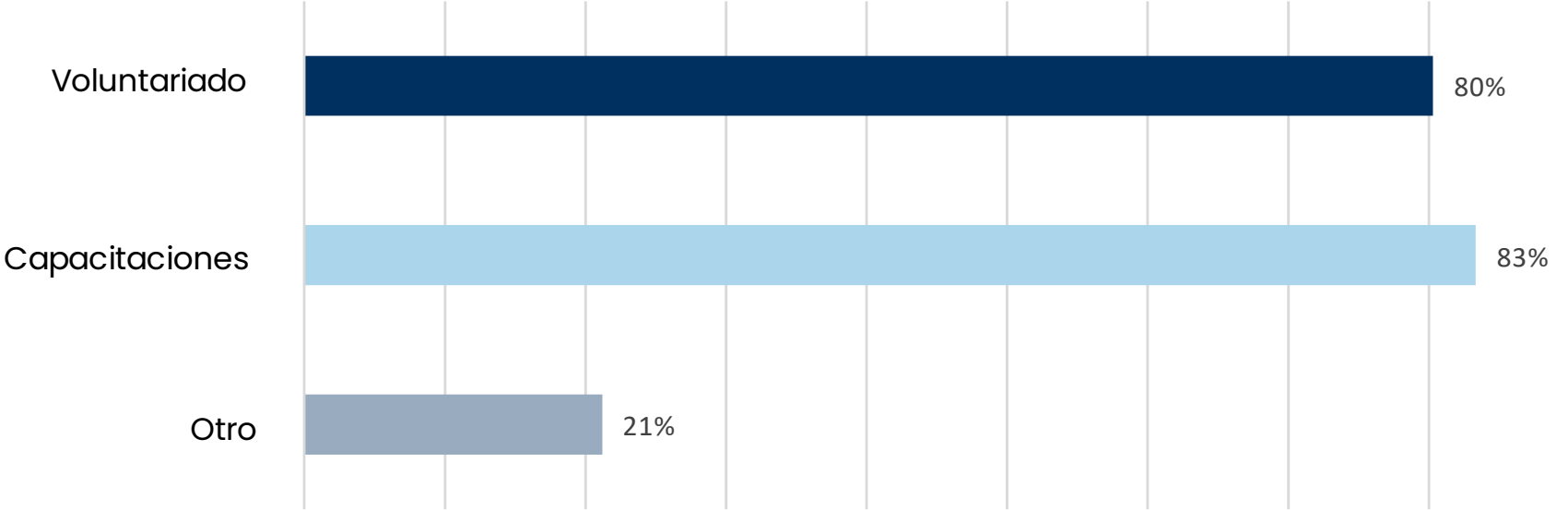
¿Con qué indicadores de sustentabilidad trabaja la empresa?



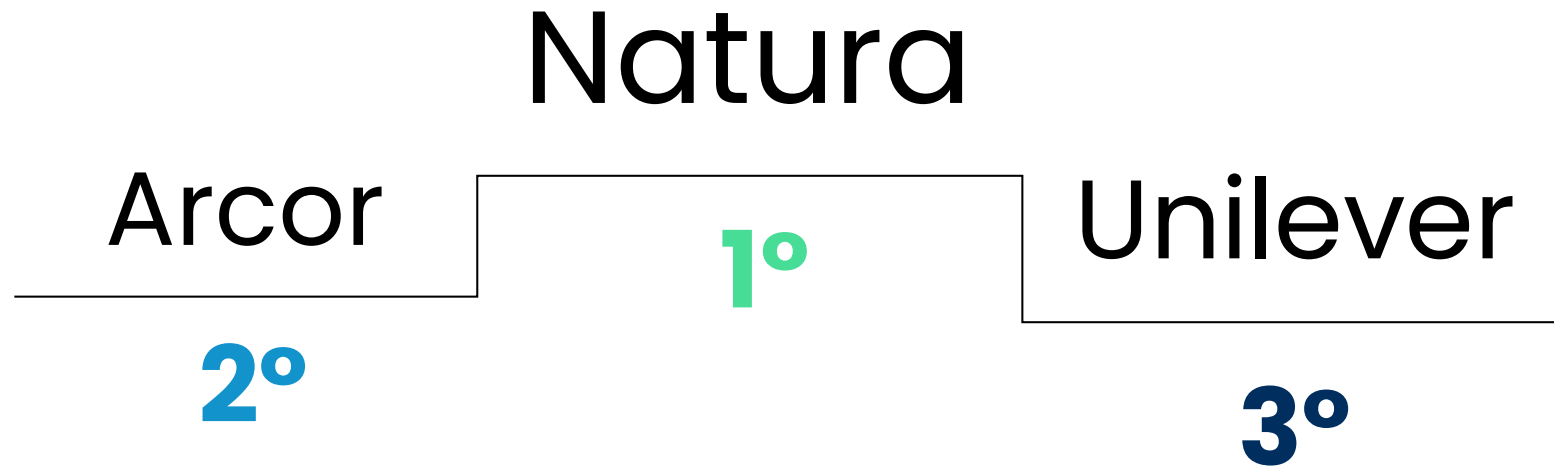
¿Se realizan acciones específicas para nuclear al público interno en torno a temas de sustentabilidad y relaciones con la comunidad?



¿Qué tipo de tareas o intervenciones hace?

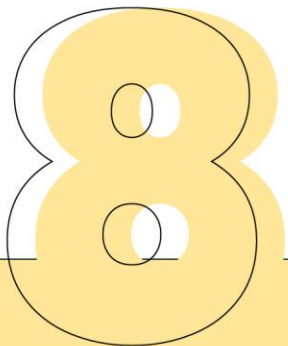


¿Qué empresa gestiona mejor la sustentabilidad y relaciones con la comunidad?





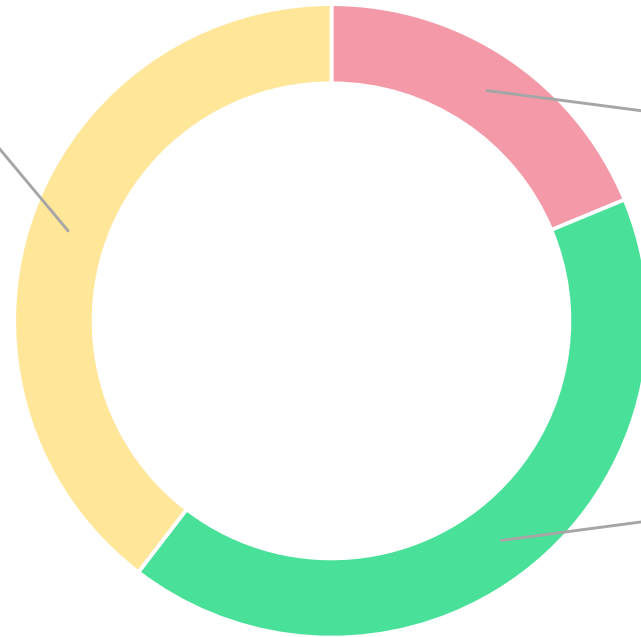
Comunicación interna, clima y cultura



¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



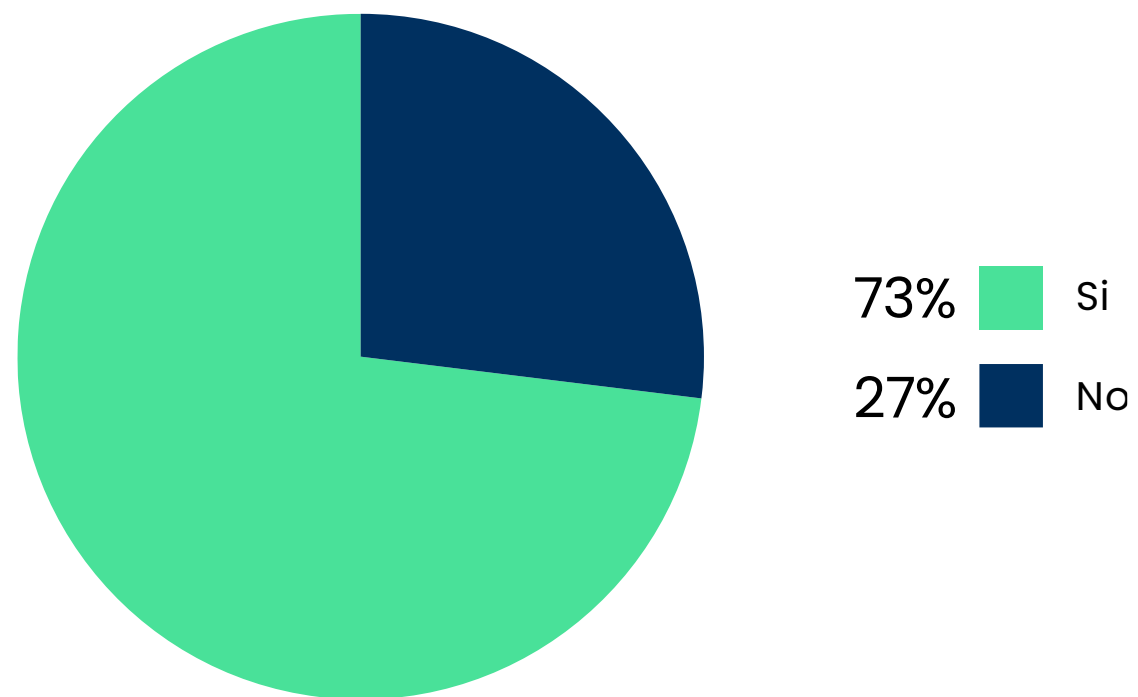
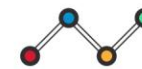
Sí, se encuentra en
relación estrecha
con ella
39%



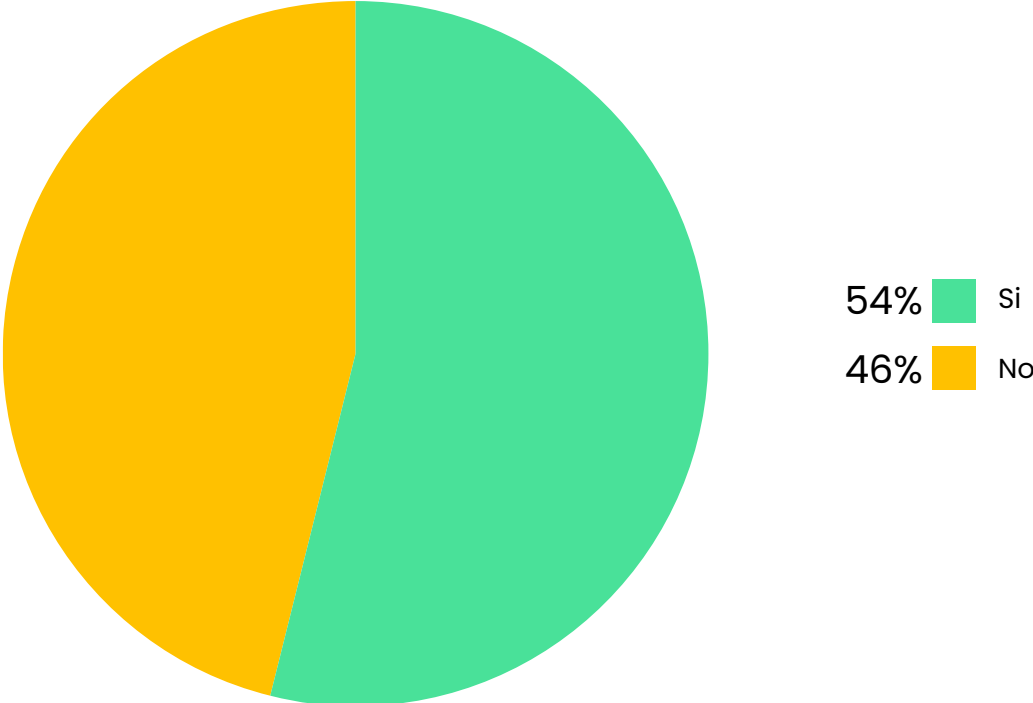
No se encuentra en el
área ni en relación
estrecha
19%

Sí, se encuentra
dentro del Área
de Comunicación
42%

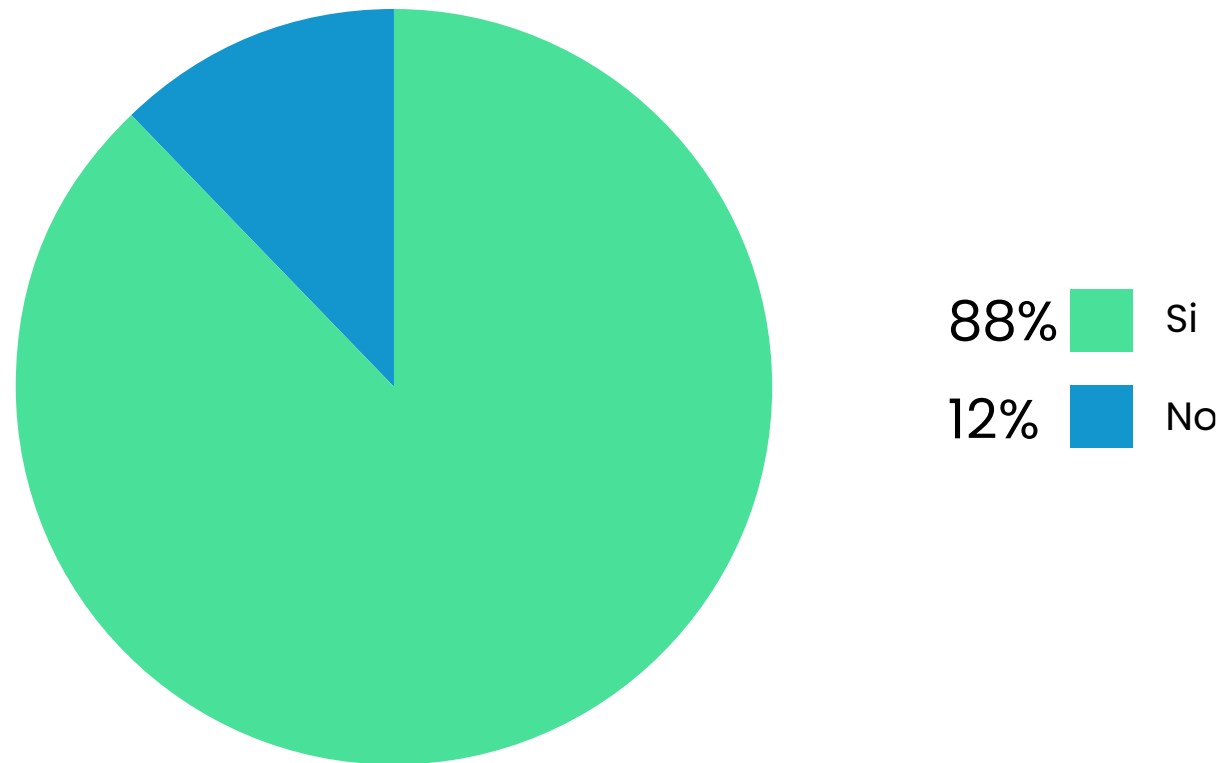
¿Participa el área en el desarrollo de actividades de capacitación en comunicación u otras competencias soft para empleados?



¿Monitorea el área los rankings de la evaluación de la gestión interna?

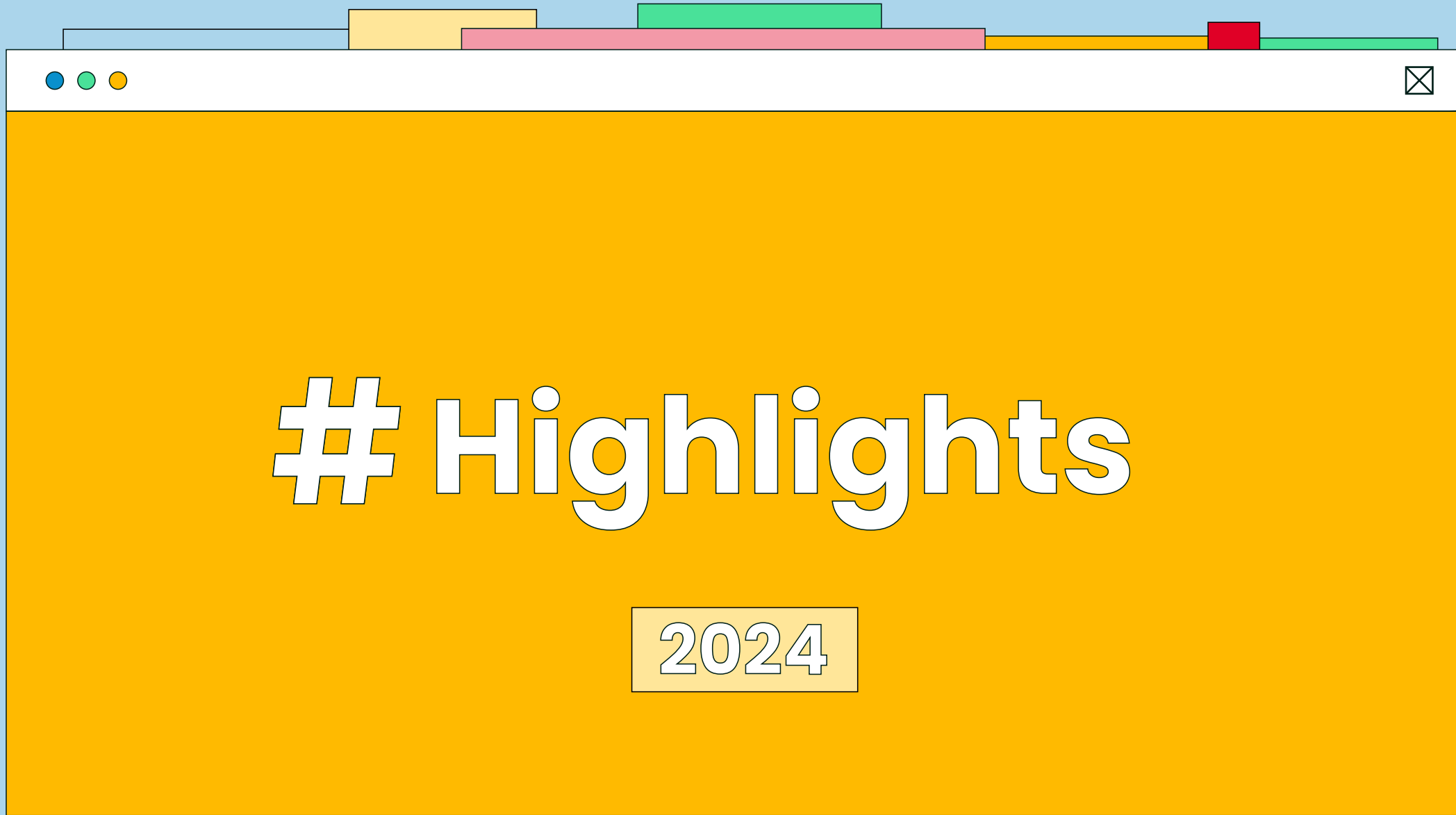


¿El área trabaja en colaboración con recursos humanos para el desarrollo de marca empleadora?



¿Qué empresa gestiona mejor la comunicación interna?





Highlights

2024

Highlights



1.

La prioridad de la DirCom es **la comunicación de la marca corporativa en medios y redes**, otras funciones se “desprenden” cada vez más del área.

2.

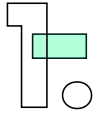
La comunicación corporativa ya es digital, pero falta profesionalizar más los equipos internos en este aspecto.

3.

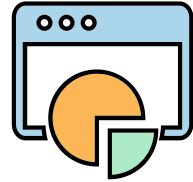
Los Asuntos Públicos son un aspecto muy relevante para los CEOs pero **la estrategia no pasa preferentemente por Comunicación**.

4.

Hay una oportunidad de aportar **más valor a la compañía en la relación con los stake holders y la comunicación de la sustentabilidad**.



La prioridad de la DirCom es **la comunicación de la marca corporativa en medios y redes**, otras funciones se “desprenden” cada vez más del área.



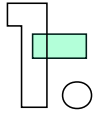
■ **Las dimensiones que más abarca el área de Comunicación son:**

Relaciones con los medios **(85%)**
Reputación y marca corporativa **(75%)**
Comunicación digital y redes **(66%)**

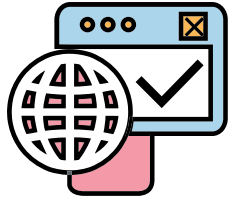


■ **Coincidentemente las dimensiones elegidas como prioritarias son:**

1º Relaciones con los medios
2º Reputación y marca corporativa
3º Comunicación digital y redes.



La prioridad de la DirCom es **la comunicación de la marca corporativa en medios y redes**, otras funciones se “desprenden” cada vez más del área.



- La mayor parte de las compañías gestionan desde Comunicación la **web corporativa (76%)** y cuentan con manual de gestión de **la marca corporativa (89%)**.



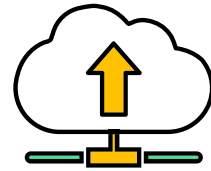
- Los sectores más consultados por los medios este año fueron **Construcción & Real Estate y Consumo masivo & retail**.



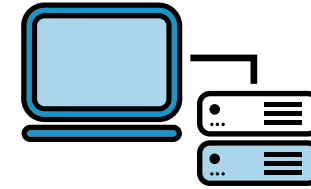
- Paradójicamente hay poca medición de la reputación (el **62% no realiza monitoreo o lo hace esporádicamente**) y participación en rankings (un **48% no participa en ningún ranking**).

2

La comunicación corporativa ya es digital, pero falta profesionalizar más los equipos internos en este aspecto.



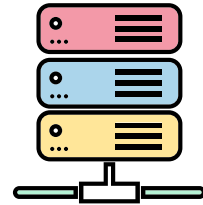
- **La comunicación digital corporativa es la función más presente en el plan de comunicación vigente:** la contemplan el 76% de las empresas.



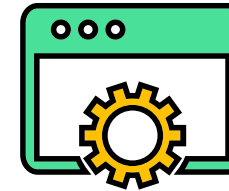
- **Casi el 40% de las empresas gestionan externamente la comunicación digital** (con agencia y community manager externo).

2

La comunicación corporativa ya es digital, pero falta profesionalizar más los equipos internos en este aspecto.



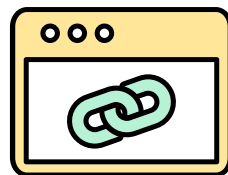
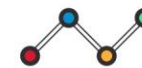
- **El 96%** de las empresas mide la performance en redes sociales, **el 84%** gestiona la presencia del CEO en las redes sociales y **56%** realiza actividades de relacionamiento con influencers.



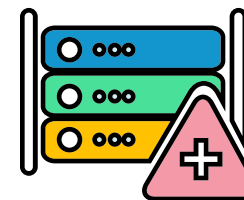
- Este porcentaje no varía aun cuando se cuente con un plan de contingencia de crisis en el plan corporativo de gestión de crisis (**49%**).

3.

Los Asuntos Públicos son un aspecto muy relevante para los CEOs pero **la estrategia no pasa preferentemente por Comunicación**



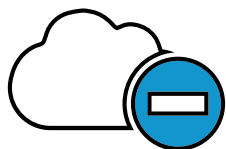
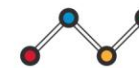
- En **el 91%** de las empresas el responsable de Asuntos Públicos tiene contacto muy frecuente con el CEO.



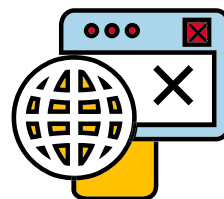
- Solo en un **25% de las compañías Asuntos Públicos está dentro de la competencia de Comunicación**, aunque **un 49% declara que ambas áreas tienen relación estrecha**. En algunos sectores este porcentaje crece (Consumo masivo & retail e Insumos & bienes durables).

3.

Los Asuntos Públicos son un aspecto muy relevante para los CEOs pero **la estrategia no pasa preferentemente por Comunicación**



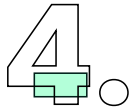
- El plan de capacitación de los directivos como voceros está presente en menos de la mitad de los casos **(46%)**.



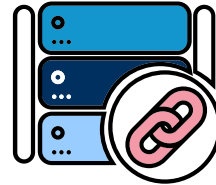
- **Un 37%** de las empresas no tiene plan de acción de issues management.



- Hay **21 compañías** en las que **el DirCom no participa del comité de crisis reputacional**.



Hay una oportunidad de aportar **más valor a la compañía en la relación con los stake holders y la comunicación de la sustentabilidad.**



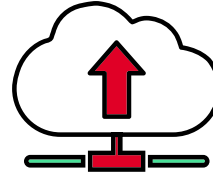
- Se realizan muchas actividades para **nuclear el público interno en torno de temas de sustentabilidad y relaciones con la comunidad (89%) con acciones de capacitación y voluntariado** pero sólo se menciona excepcionalmente la intervención de comunicación en otras acciones estratégicas como investigación en biodiversidad, impacto en las comunidades, compensación de la huella de carbono, etc.

4

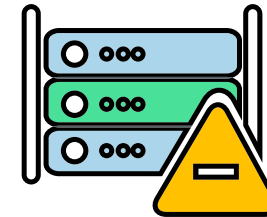
Hay una oportunidad de aportar **más valor a la compañía en la relación con los stake holders y la comunicación de la sustentabilidad.**



- **Sustentabilidad y relaciones con la comunidad** es una de las dimensiones que menos depende de Comunicación (**23%**) y es la última en el orden de prioridades de Comunicación.



- Aunque creció, hace falta acrecentar el trabajo de definición de targets en TIERs para la comunicación. En 2024, **53% de la muestra lo considera parte sistemática de la gestión.** En 2023 era 45%.



- Muy pocas compañías (**el 5%**) cuenta con un **plan para ampliar públicos**, sumar nuevos stakeholders a las relaciones frecuentes de la empresa.



A blue rectangular frame representing a window. In the top-left corner, there are three small circles in blue, green, and orange. In the top-right corner, there is a square icon with an 'X' inside, representing a close button.

KCI Edición 2024

Conocé los resultados de este año

www.kci.com.ar

