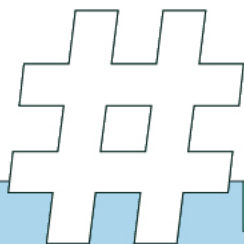




KCI Edición 2025





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.

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

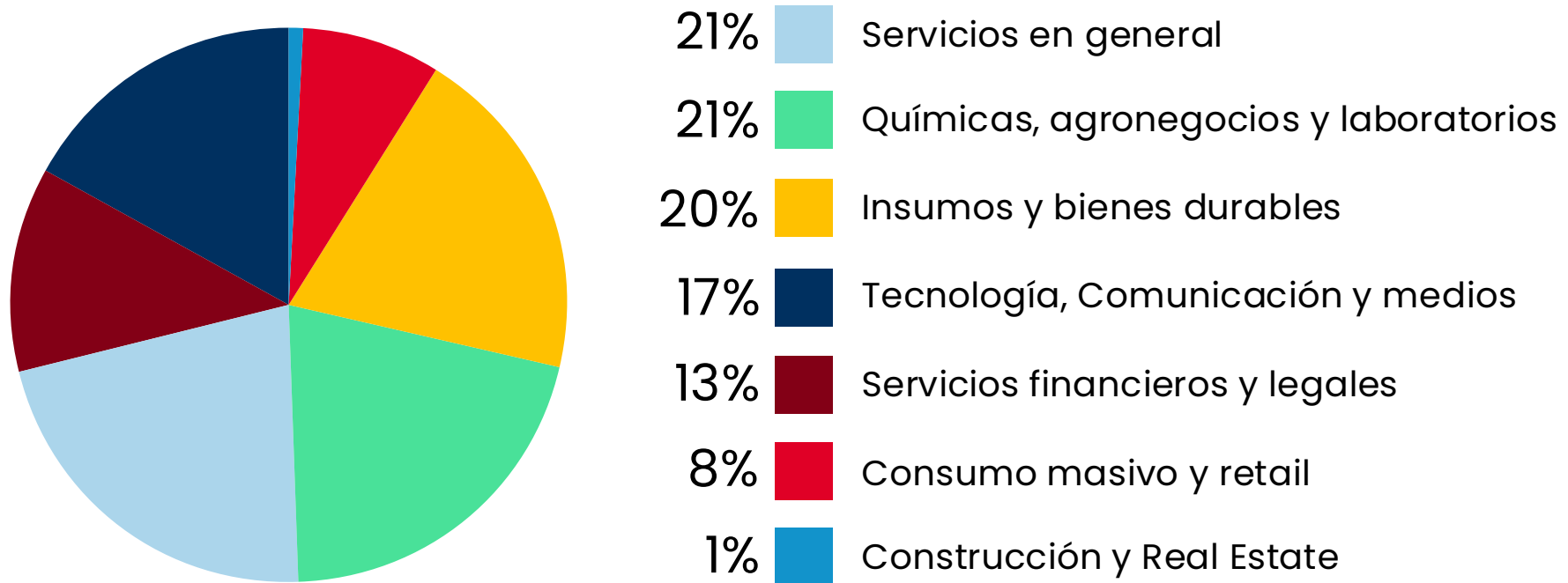
Construcción y real state

Construcción
Real Estate y Arquitectura

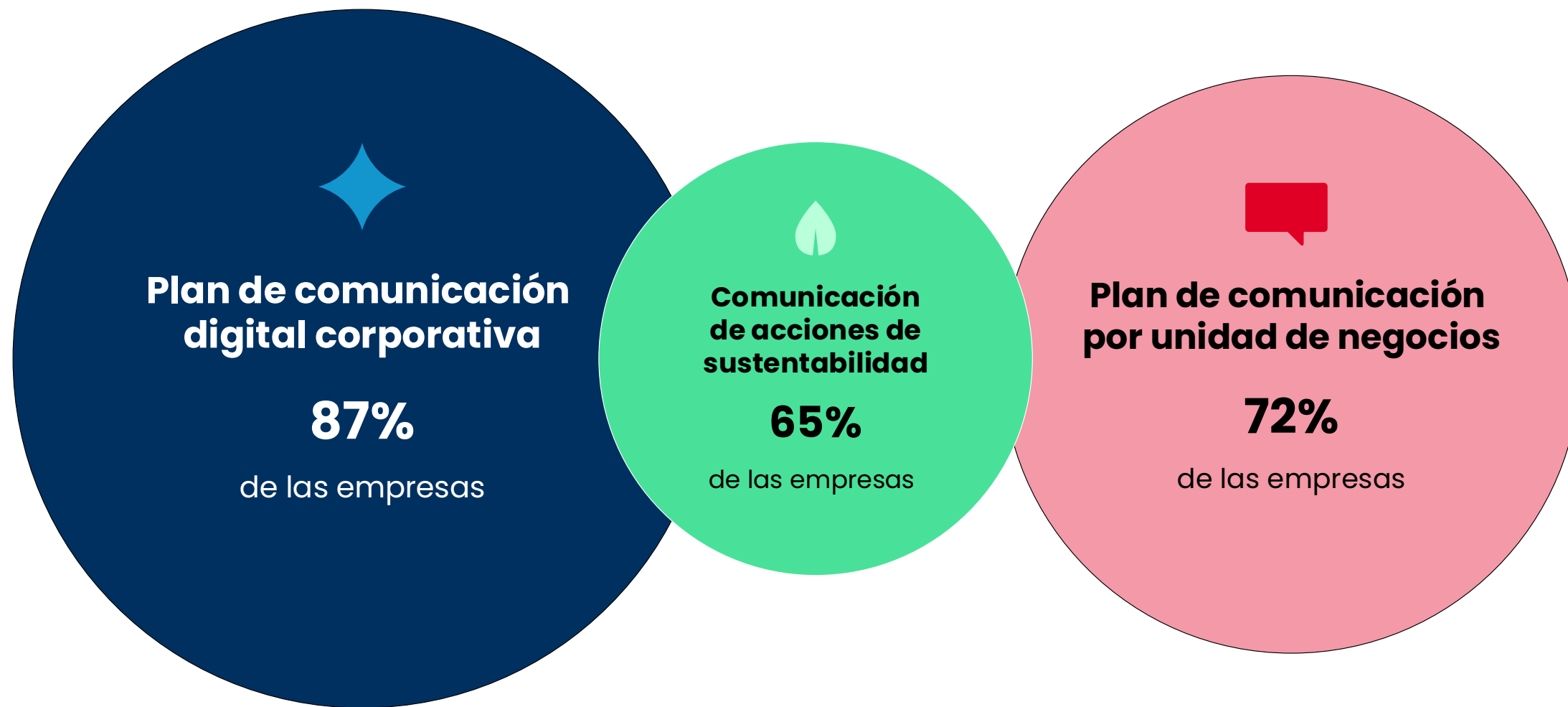
Servicios en general

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

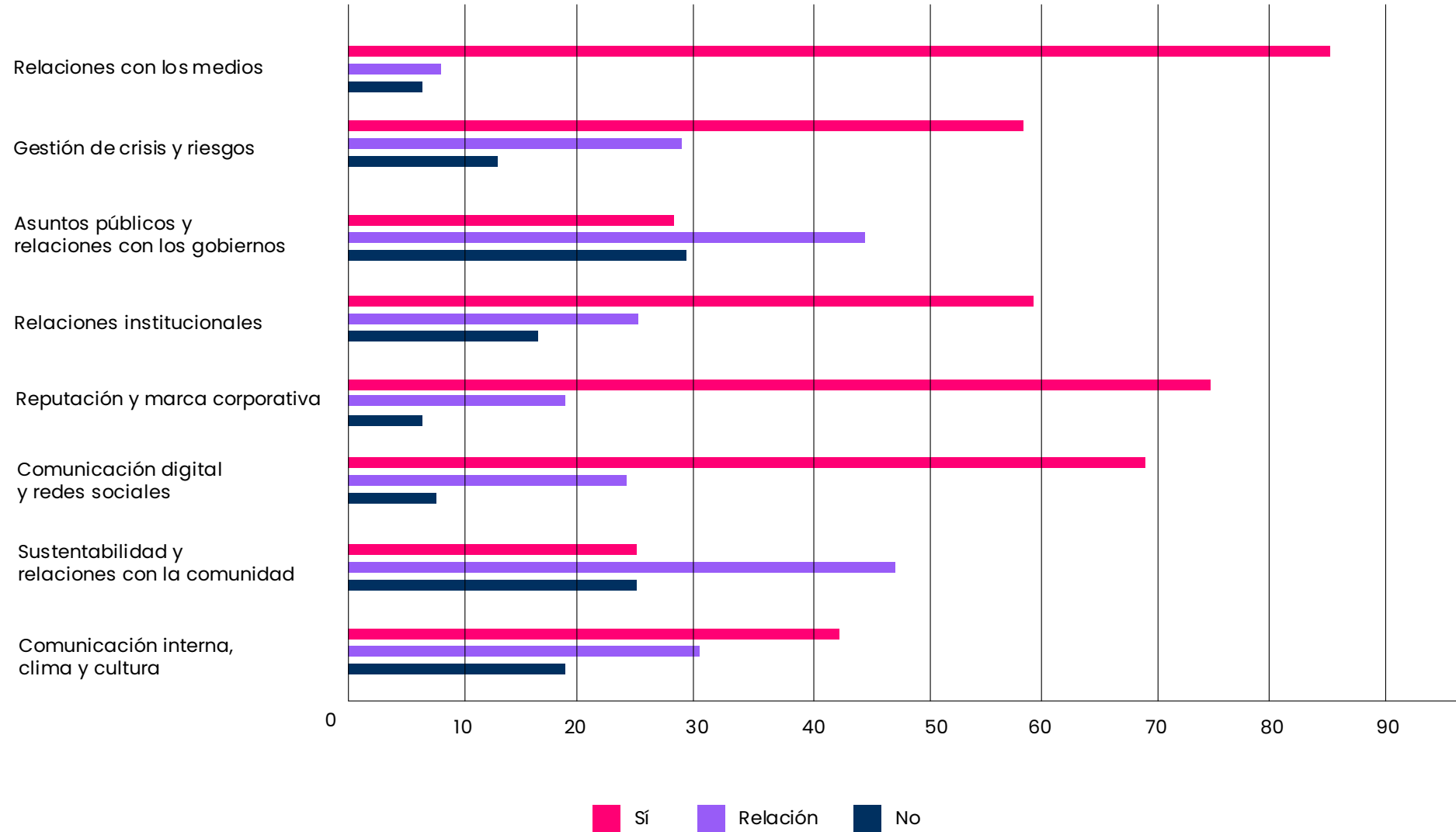
Distribución de empresas por sector



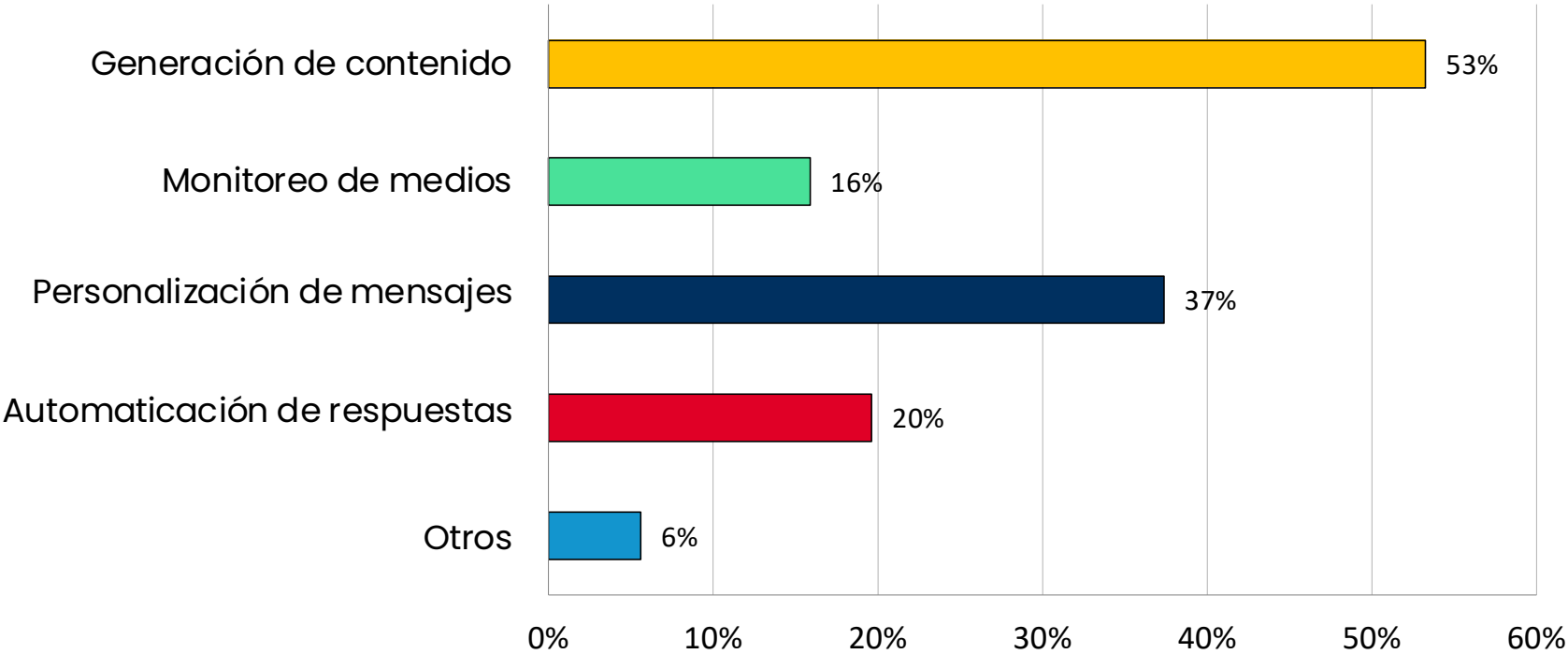
Los aspectos que contemplan las compañías en su plan estratégico de comunicación vigente



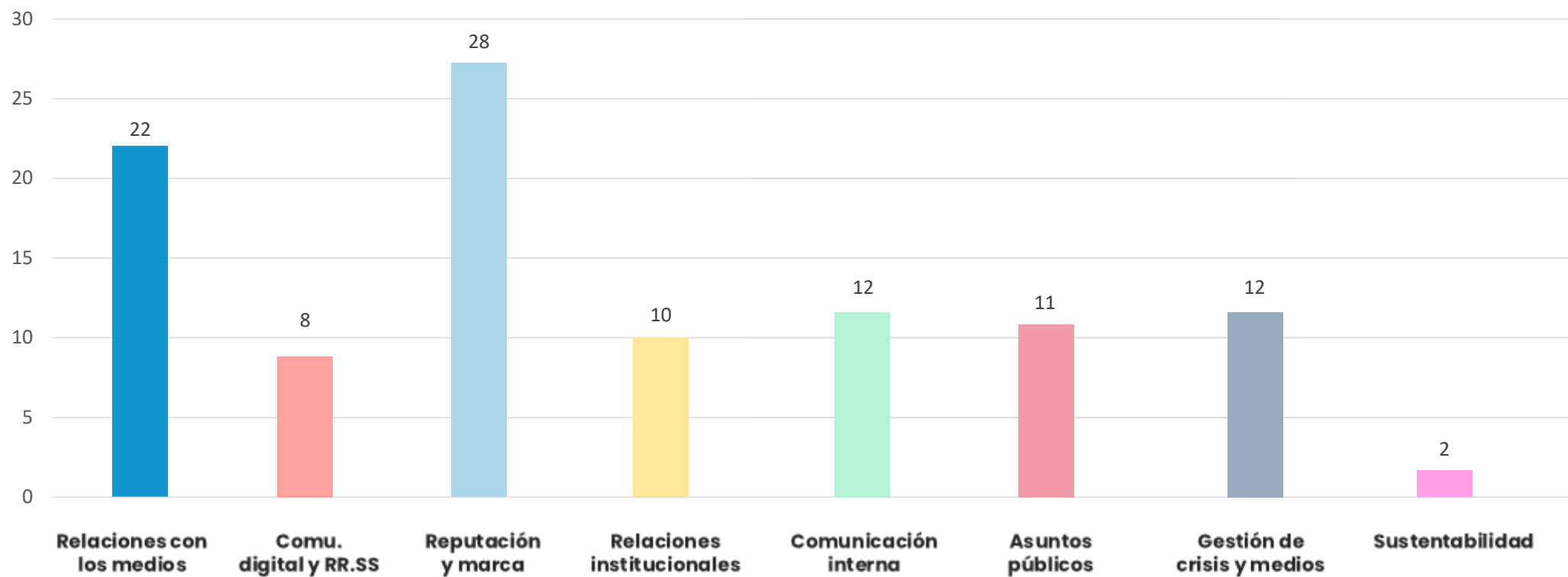
Dimensiones que abarca la comunicación



¿Para qué funciones utilizan la IA en comunicación?



Cantidad de empresas que identificaron cada dimensión como su principal prioridad dentro del área de Comunicación.





1° Schneider Electric

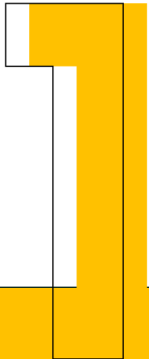
2° Novo Nordisk Argentina

3° BBVA

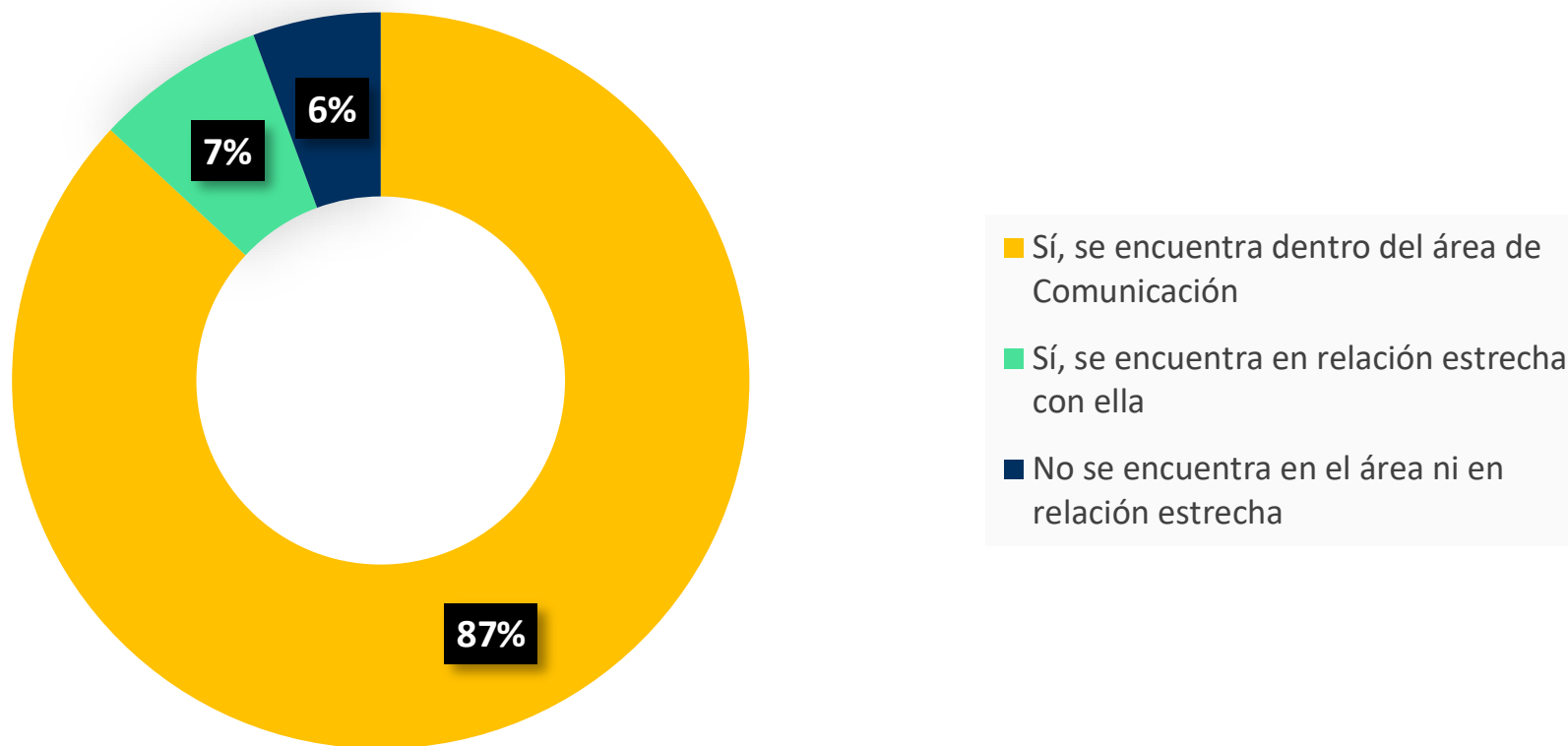
4° Genneia **5°** Natura **6°** Novartis **7°** Edelman
8° Tenaris Argentina **9°** Danone Argentina
10° Banco Galicia



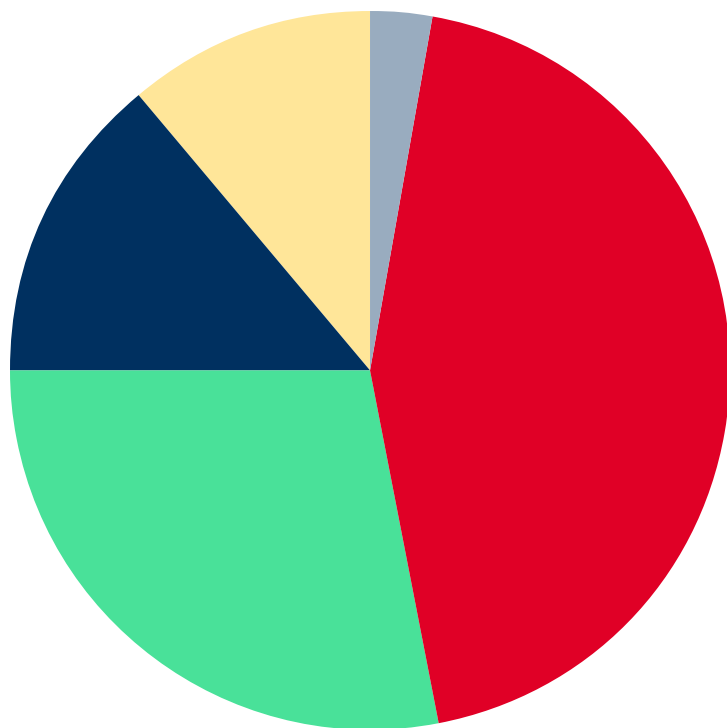
Relaciones con los medios



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

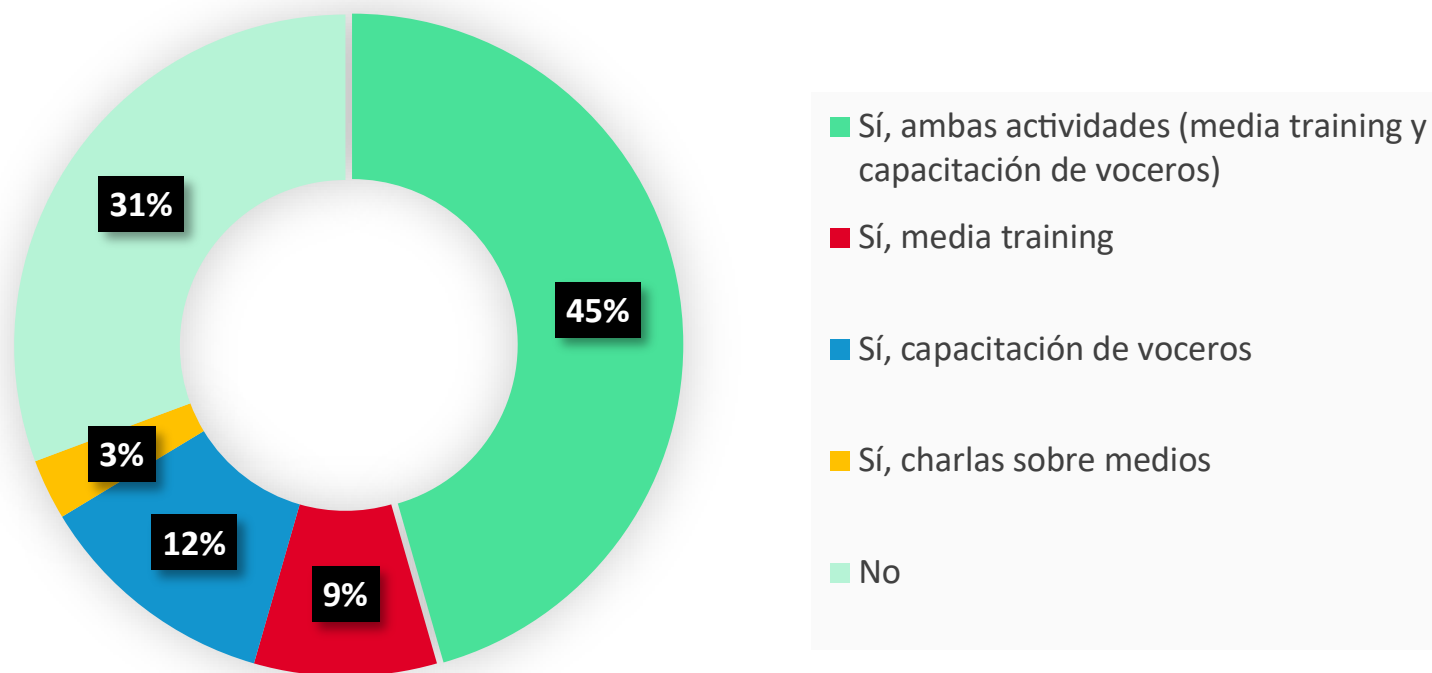


¿Con qué frecuencia la empresa es convocada o consultada por medios de comunicación?

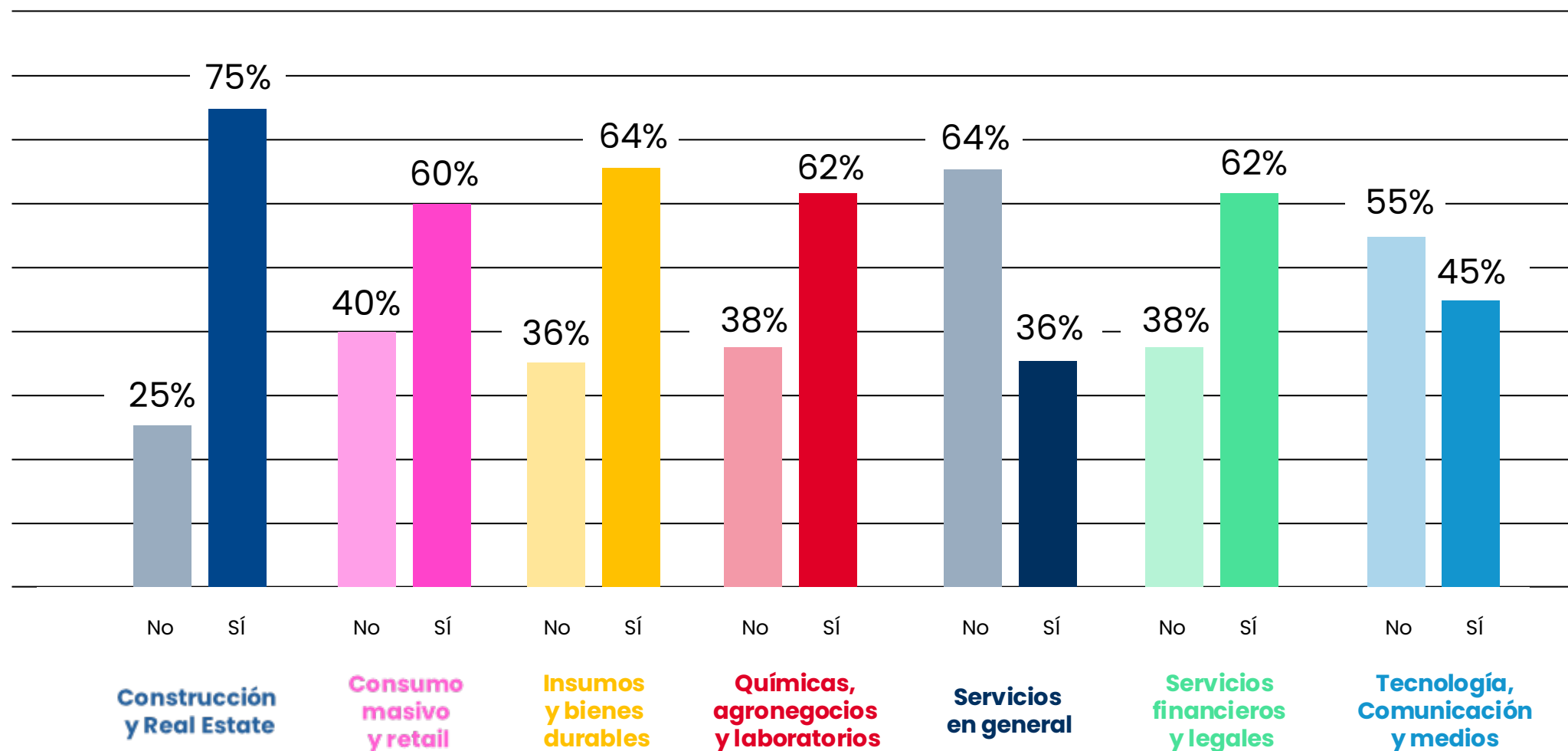


- 44% ■ Semanalmente o más
- 28% ■ Mensualmente o más
- 14% ■ Más de una vez al año
- 11% ■ En una ocasión especial
- 3% ■ No es convocada

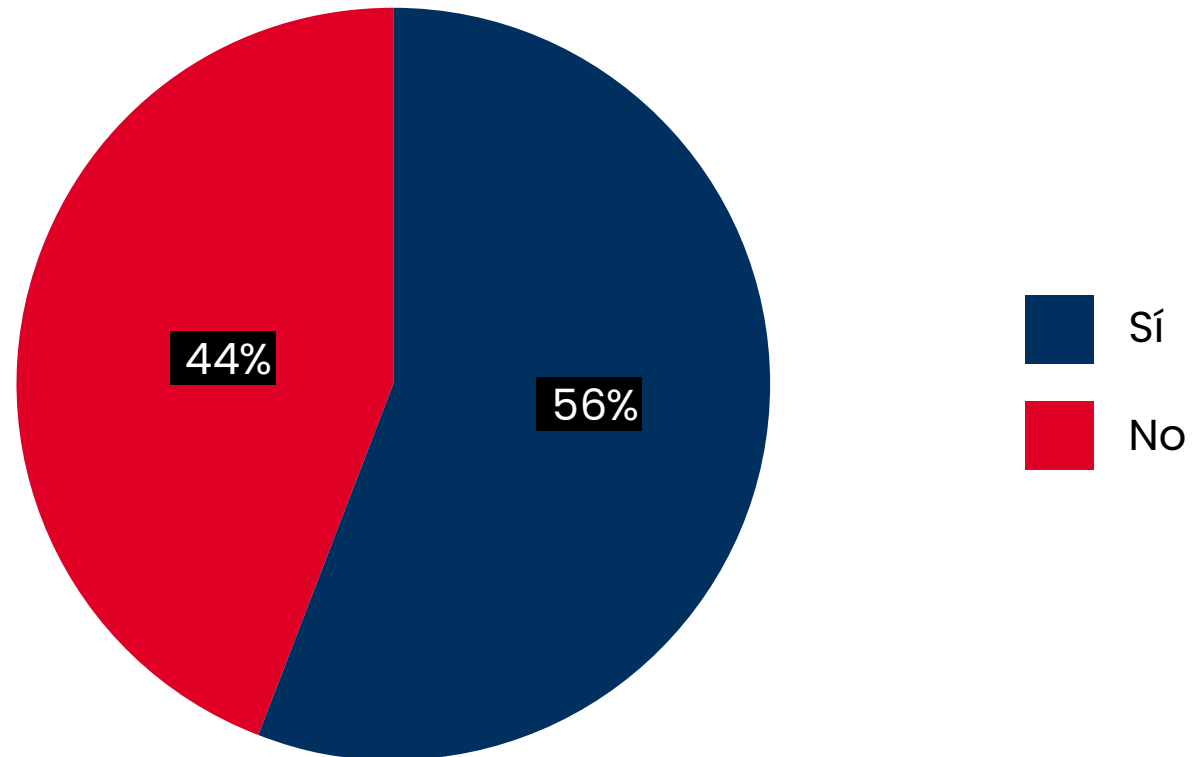
¿Se realizan anualmente actividades de media training y capacitación de voceros?



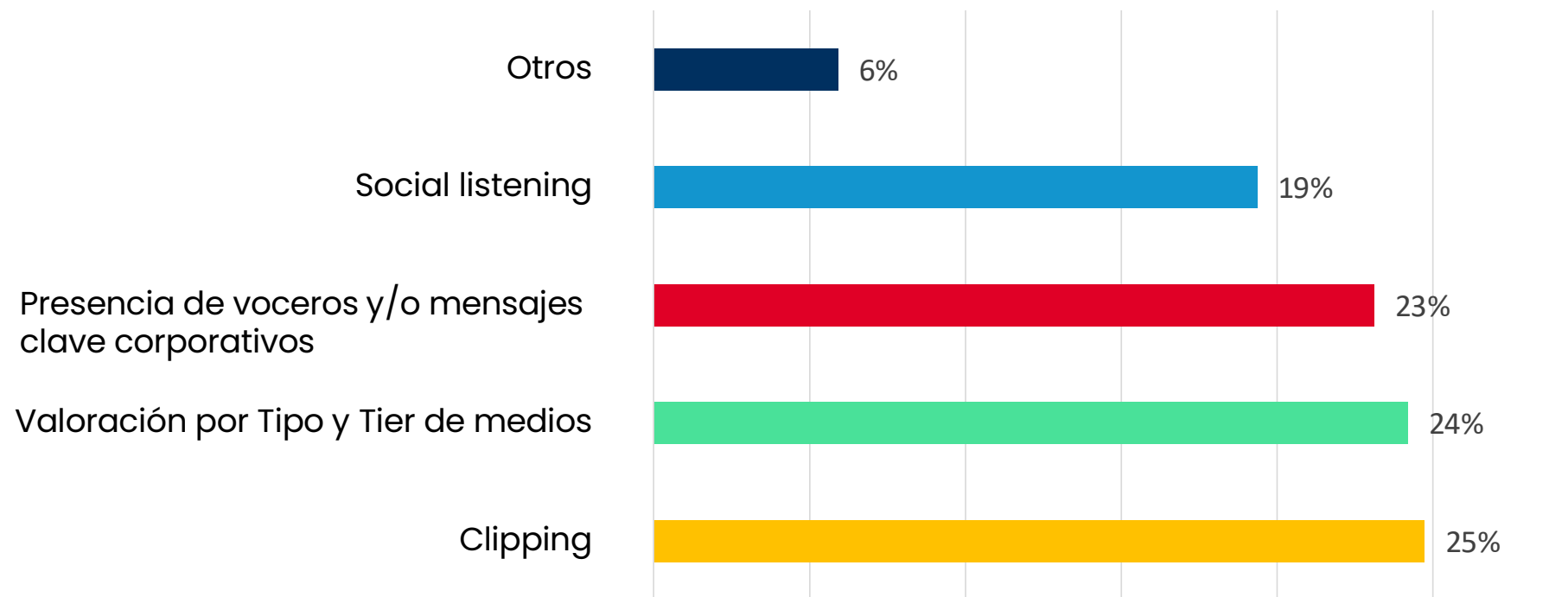
¿Se realizan anualmente actividades de media training y capacitación de voceros?



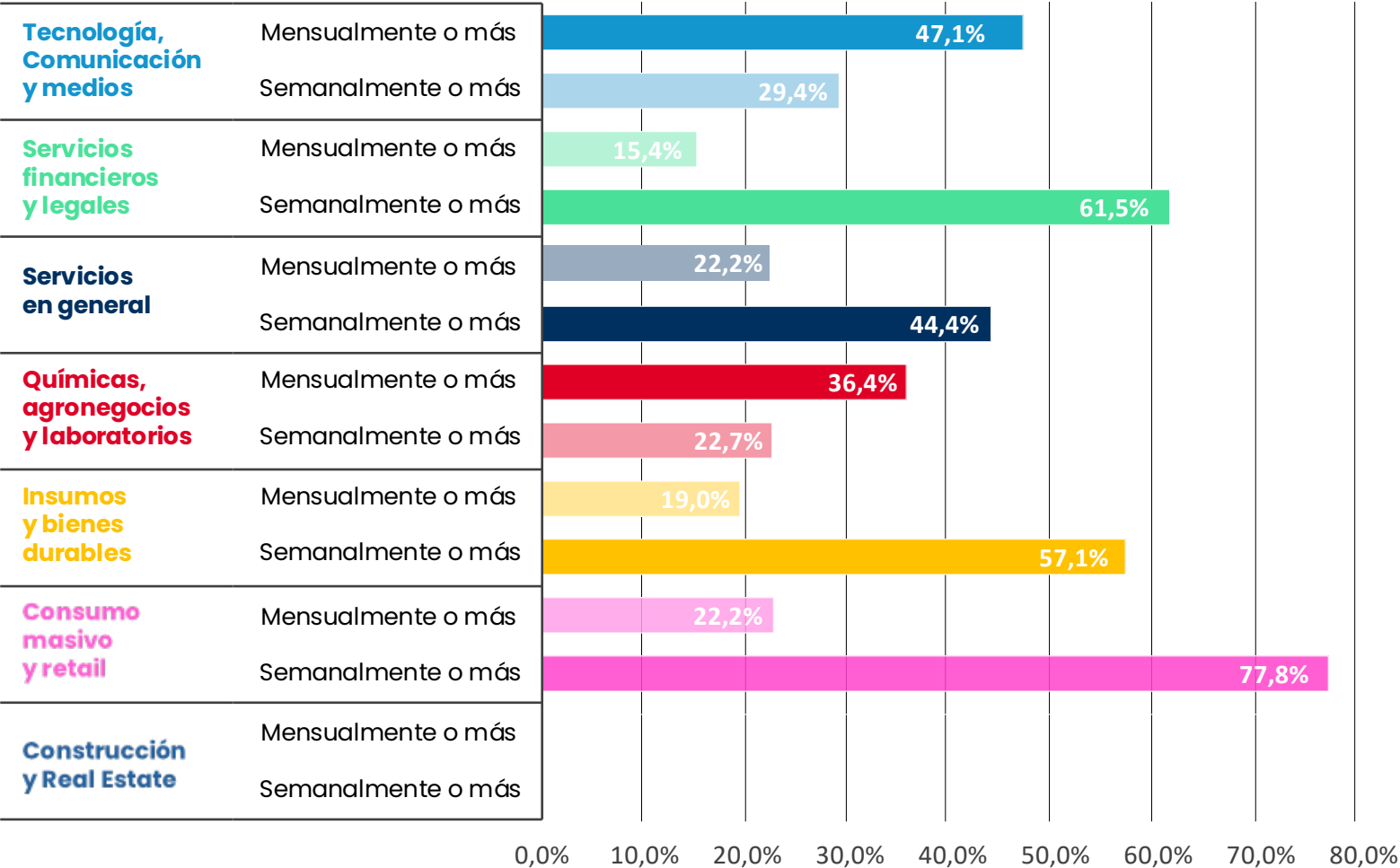
¿Utilizan métricas o herramientas específicas para evaluar la performance en medios?



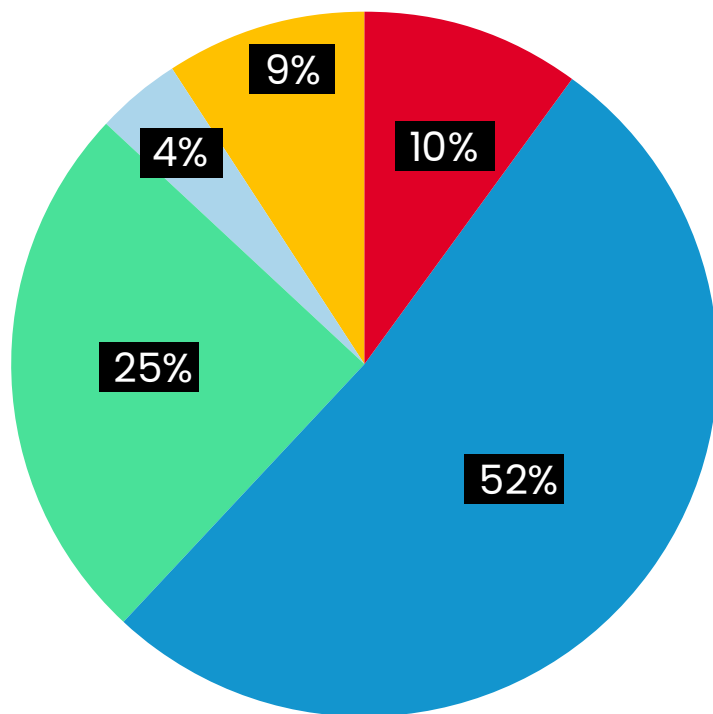
¿Qué métricas utilizan?



¿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)?



- Se trata de una parte sistemática (y esperada) de la gestión
- Es parte de la acción, pero no sistemática
- No se tiene en cuenta este aspecto
- La importancia ha sido reconocida, pero no se tomaron medidas
- Han empezado a gestionar/actuar sobre este punto

¿Qué empresa gestiona mejor la relación con los medios?



Mercado
Libre

YPF

2°

1°

Globant

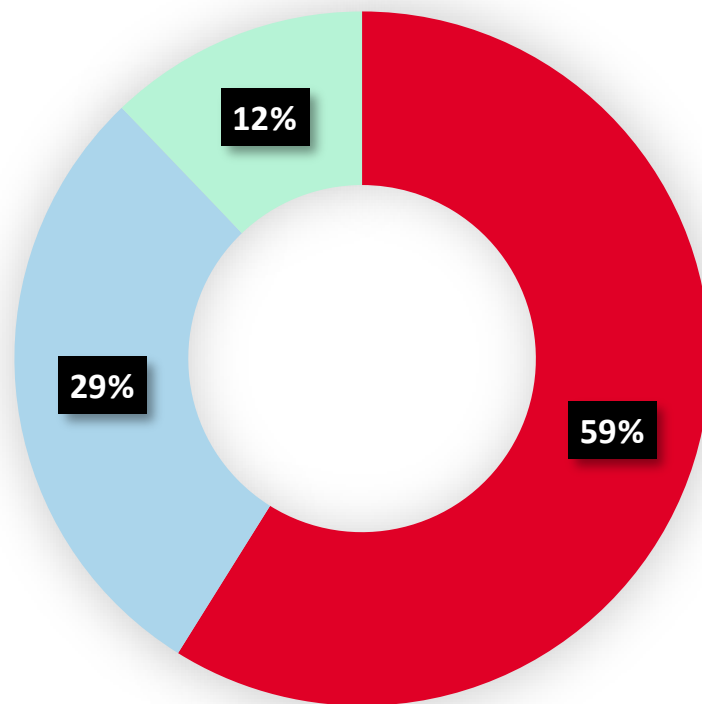
3°



Gestión de crisis y riesgos

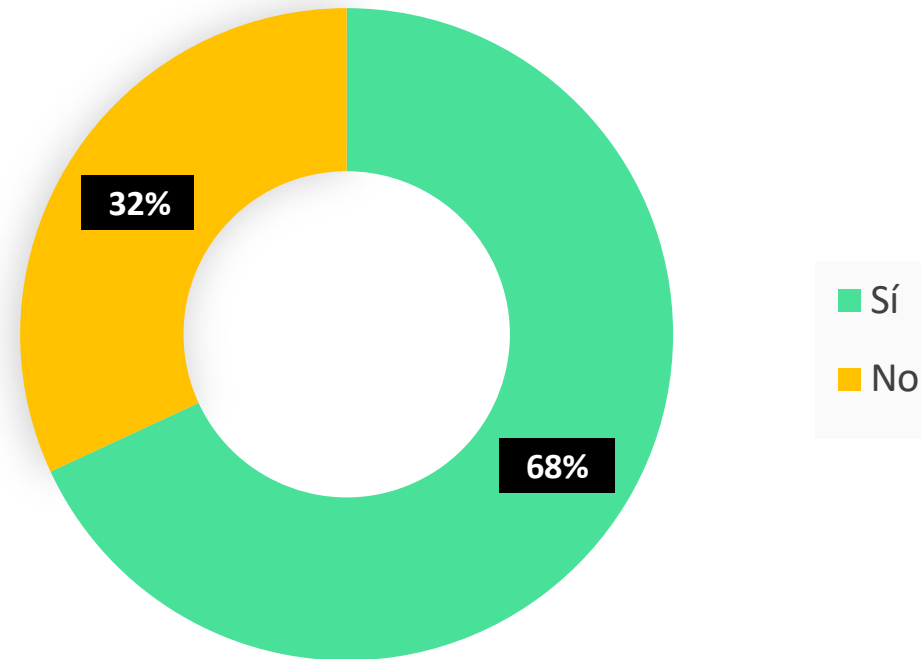
2

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

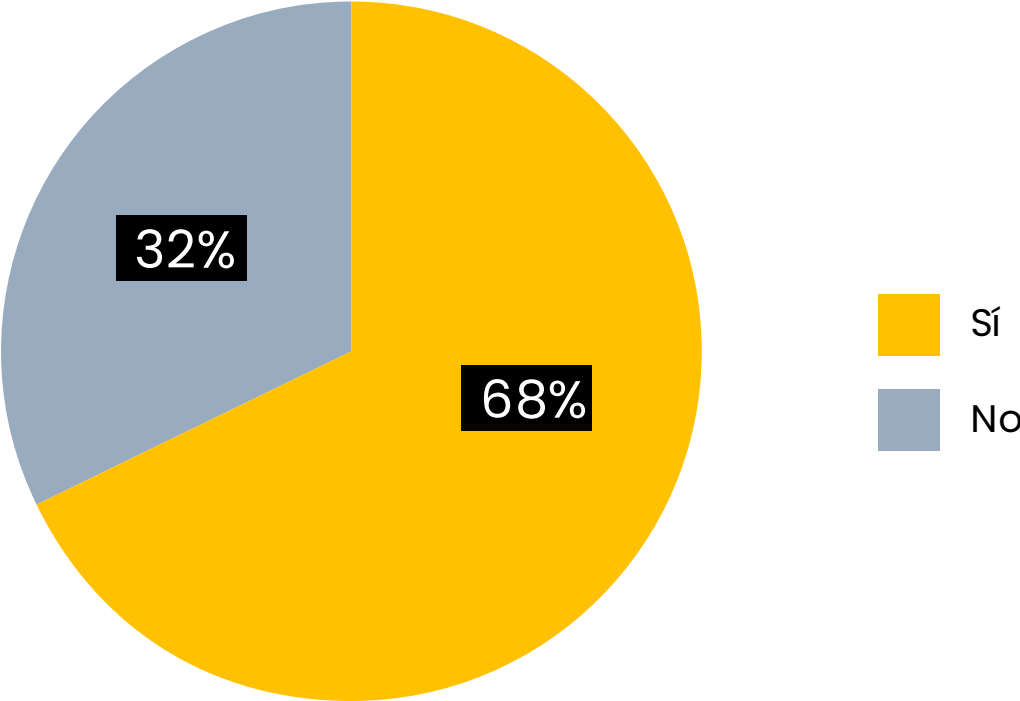


- Sí, se encuentra dentro del área de Comunicación
- Sí, se encuentra en relación estrecha con ella
- No se encuentra en el área ni en relación estrecha

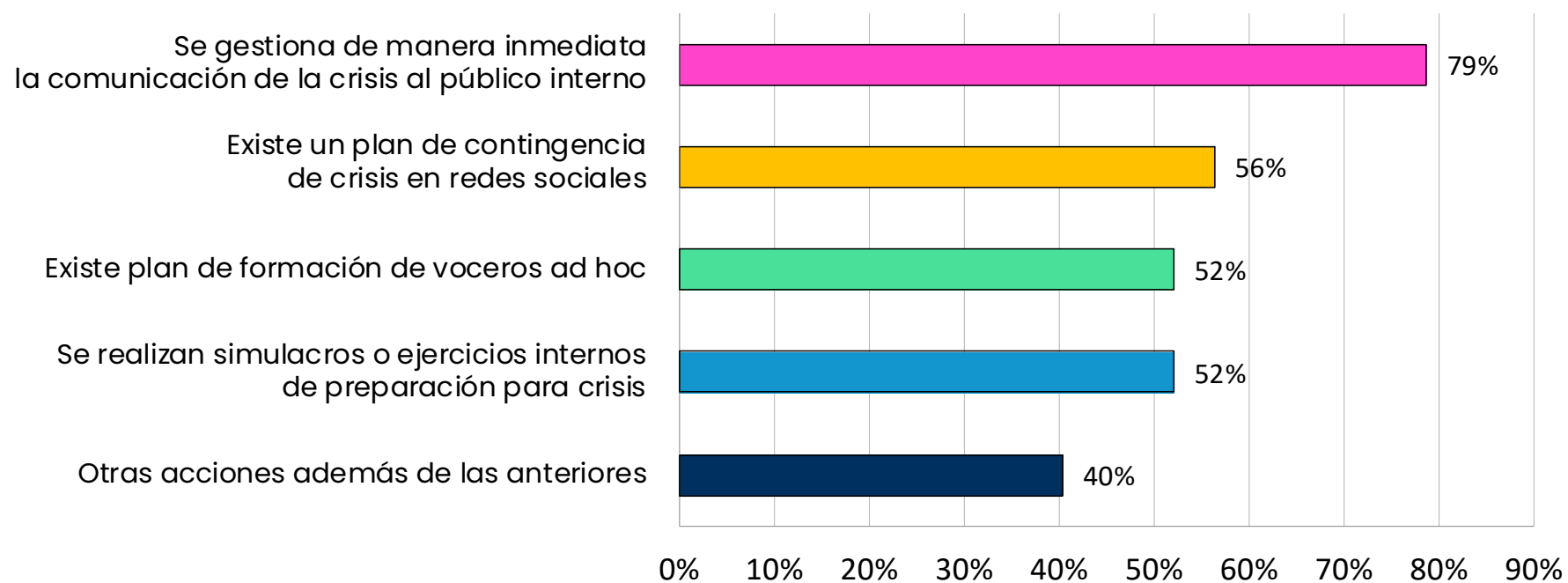
¿Posee matriz de Issues Management con plan de acción?



¿Existe un Comité de Crisis Reputacional?



Indicar las acciones que incluye la gestión de crisis:



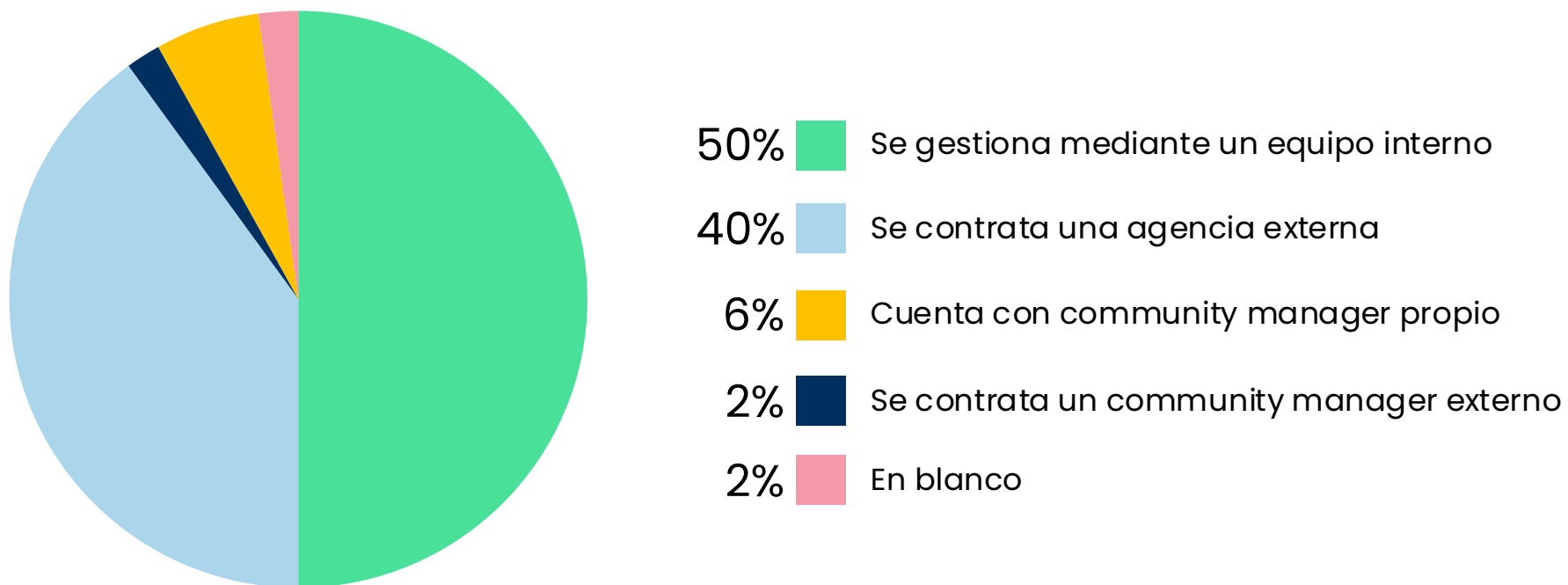
Áreas de donde proceden los integrantes de un comité de crisis



Asuntos corporativos ✦ Comunicación ✦ Asuntos públicos
Finanzas ✦ Compliance ✦ Gerencia general ✦ Legales
RRHH ✦ Dirección general ✦ Marketing ✦ Operaciones

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°

Toyota
Argentina

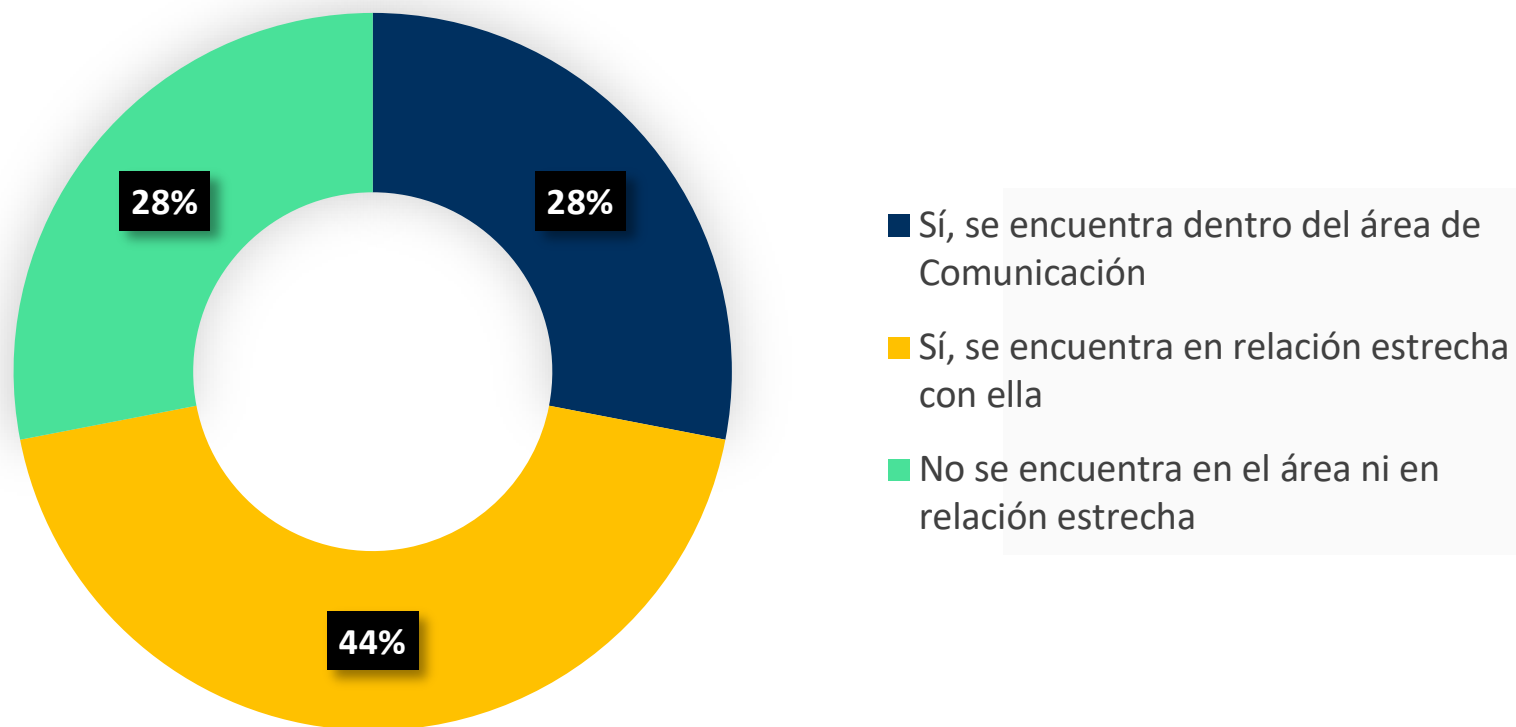
3°



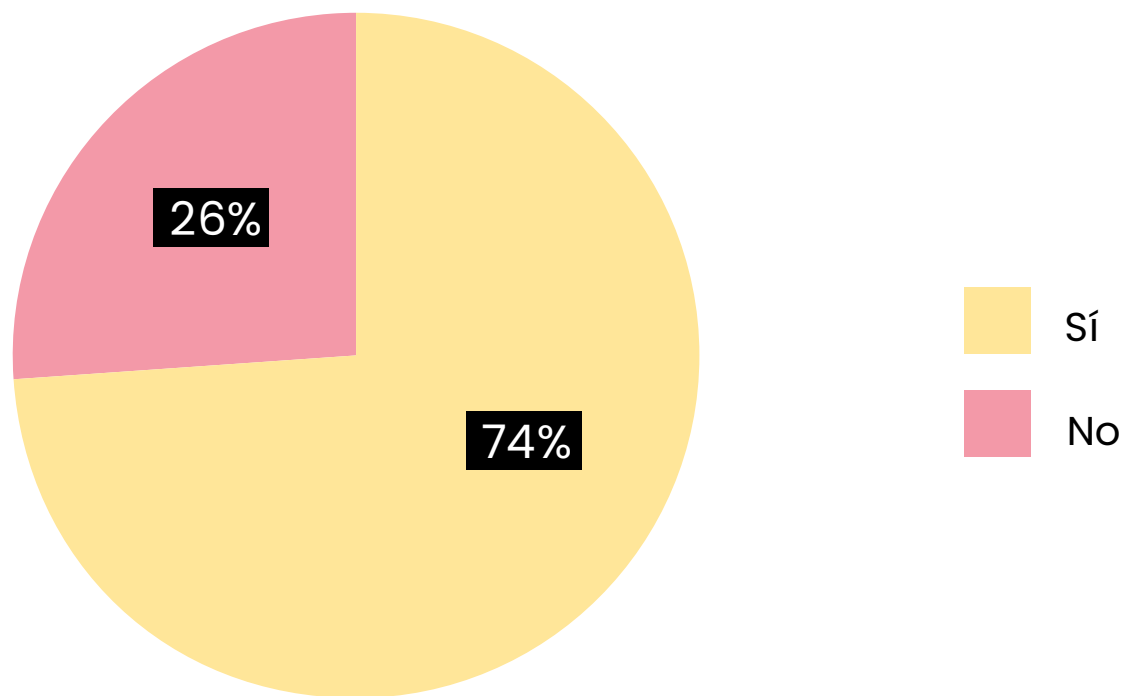
Asuntos públicos y relaciones con los gobiernos

3

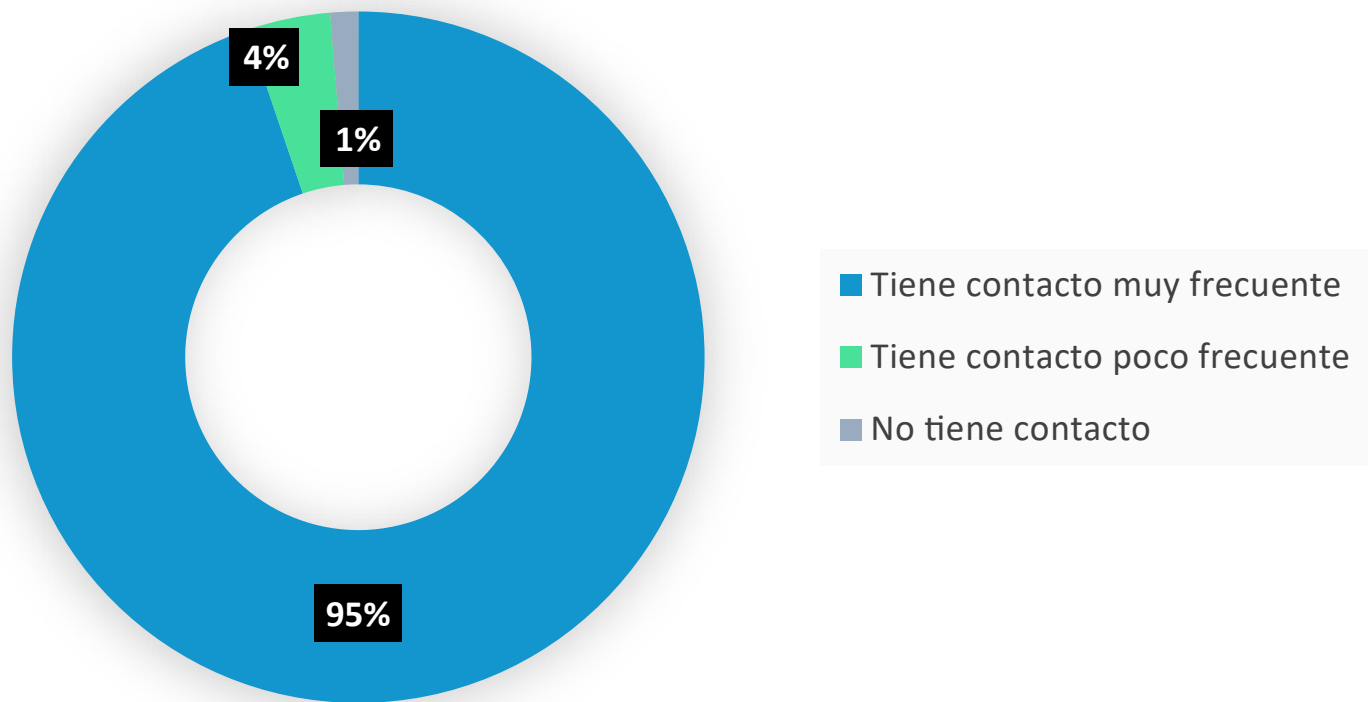
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



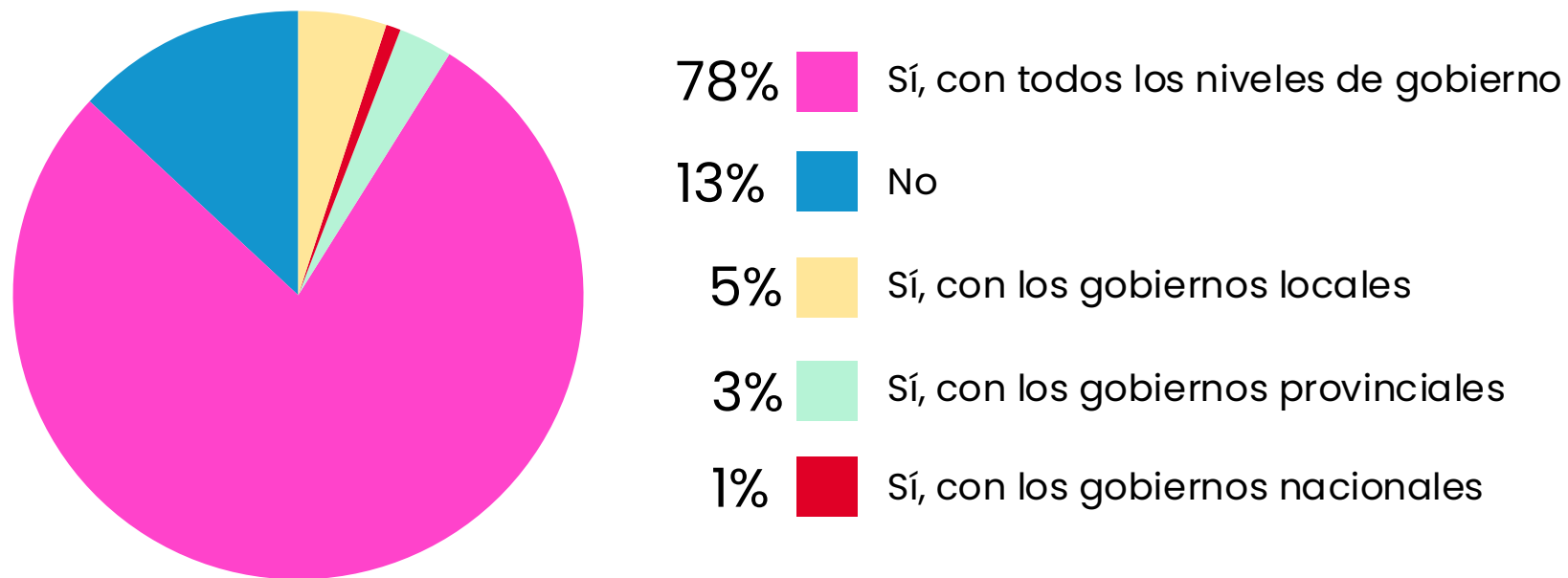
¿Se realiza seguimiento parlamentario?



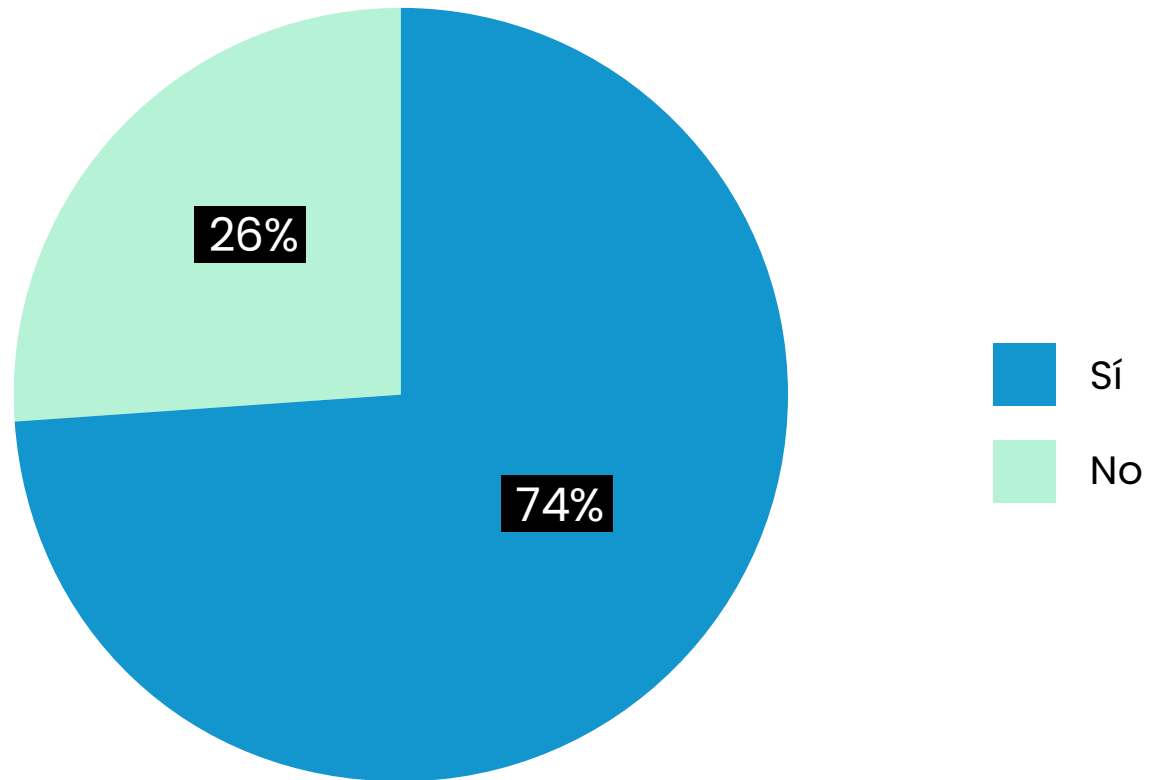
¿El área de Asuntos Públicos reporta o tiene llegada directa a la alta dirección (CEO/ N°1)?



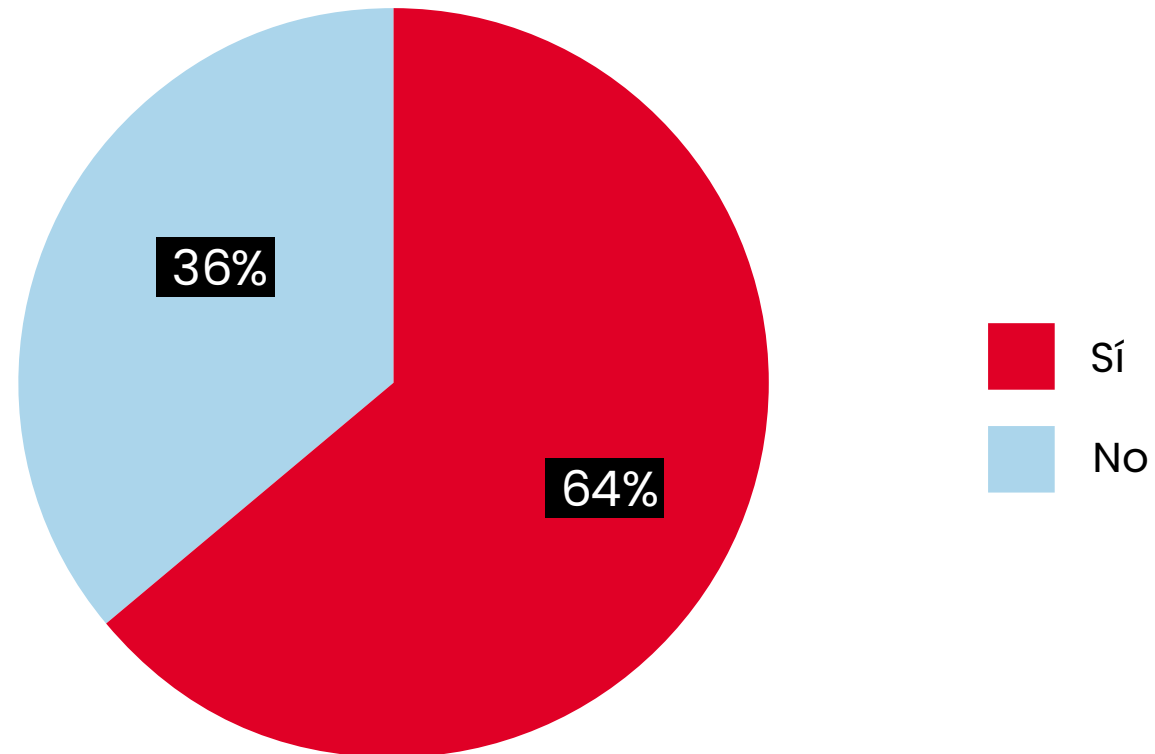
¿Se vincula sistemáticamente con los distintos niveles de gobierno?



¿Se realiza seguimiento parlamentario?



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



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



**A través de gestión de notas
en prensa e internamente en
plataforma para colaboradores**

Otras respuestas:

Mediante reporte cualitativo

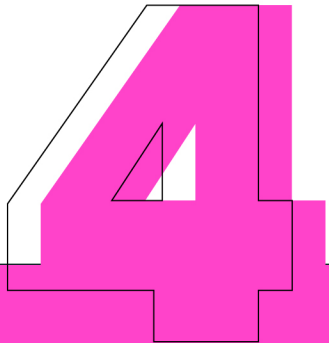
Informe trimestral de acciones

Se hace a través de reportes de gestión internos

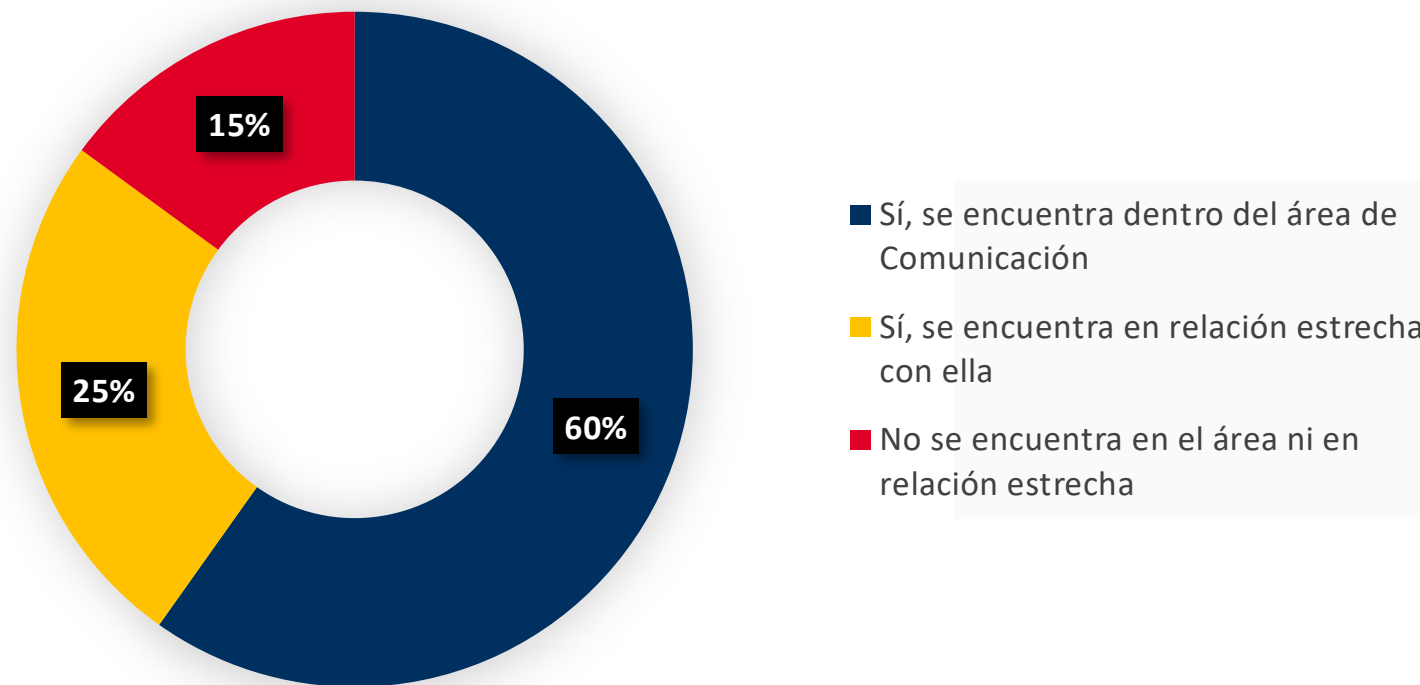
Tracking semanal y newsletter interno mensual



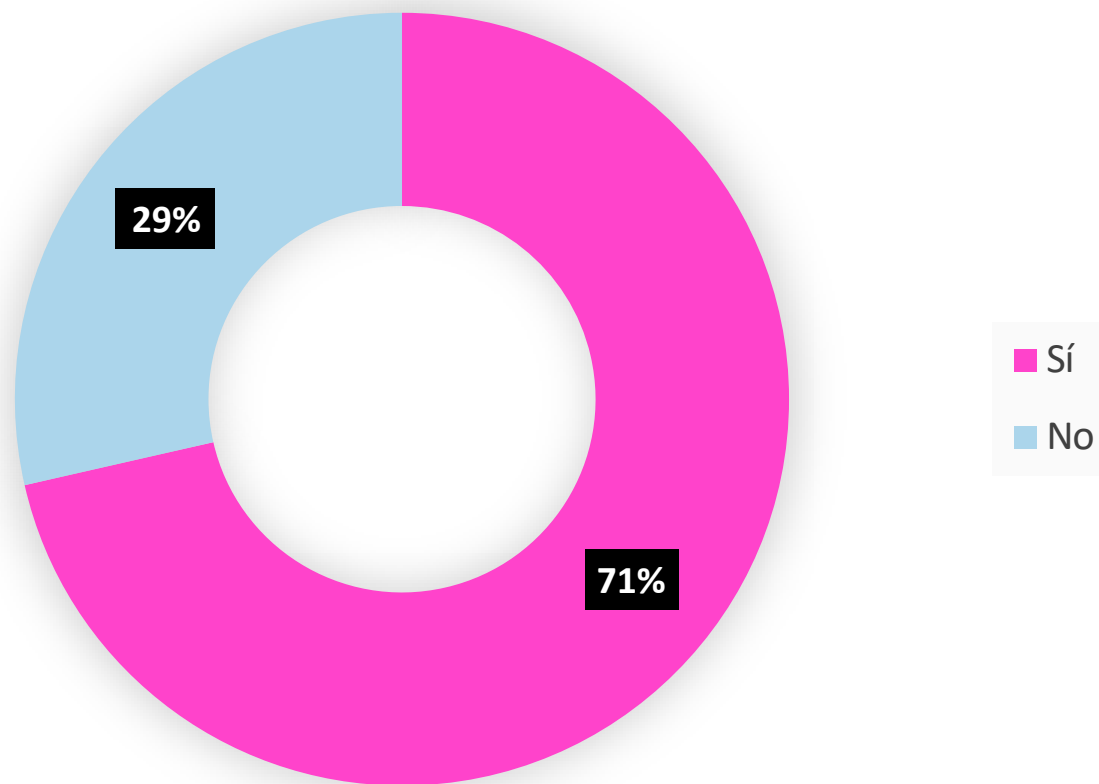
Relaciones institucionales



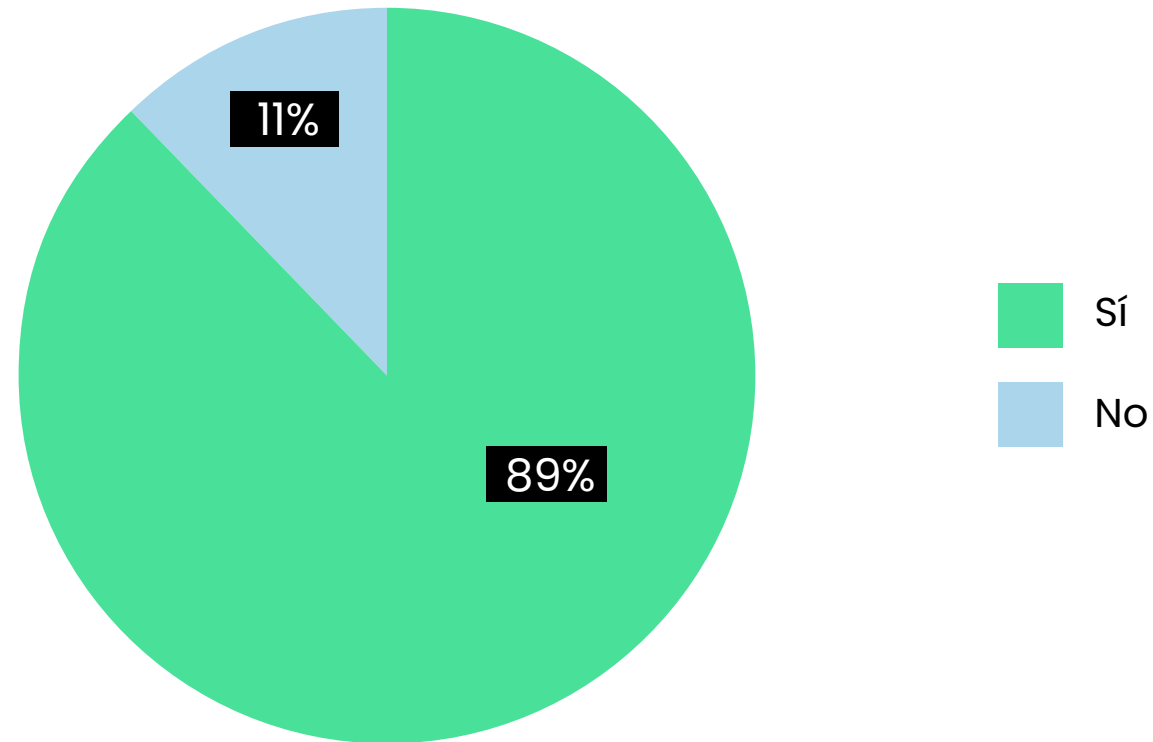
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



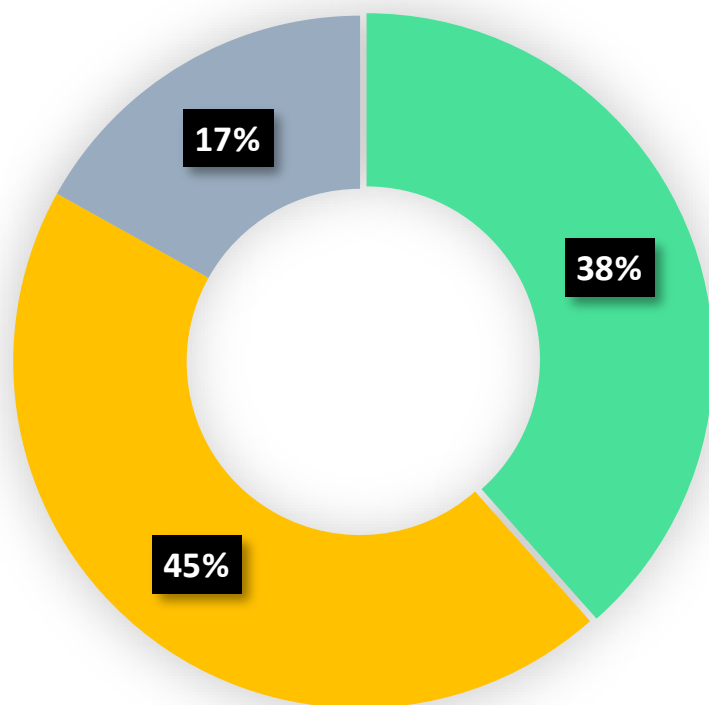
¿Posee el área un mapa de stakeholders actualizado?



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

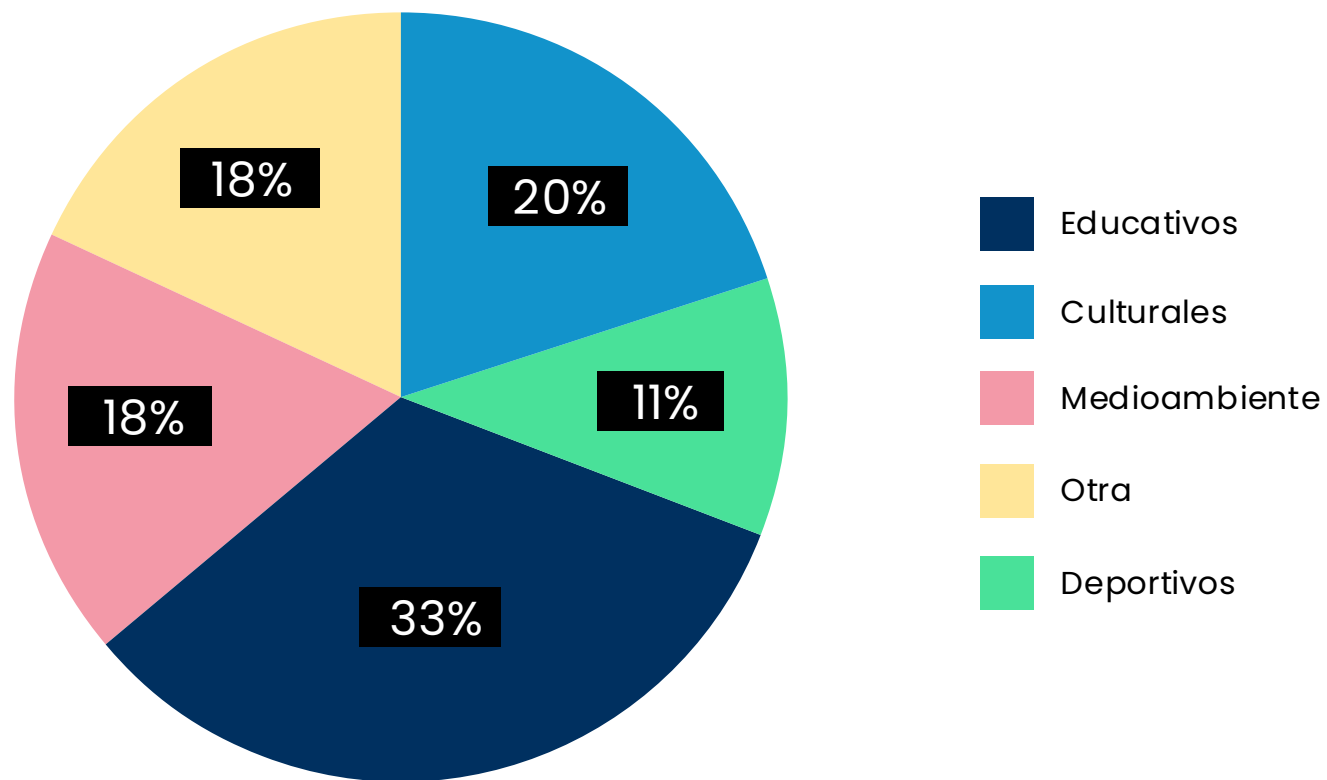


¿Qué planes posee en relación al Mapa de Stakeholders?

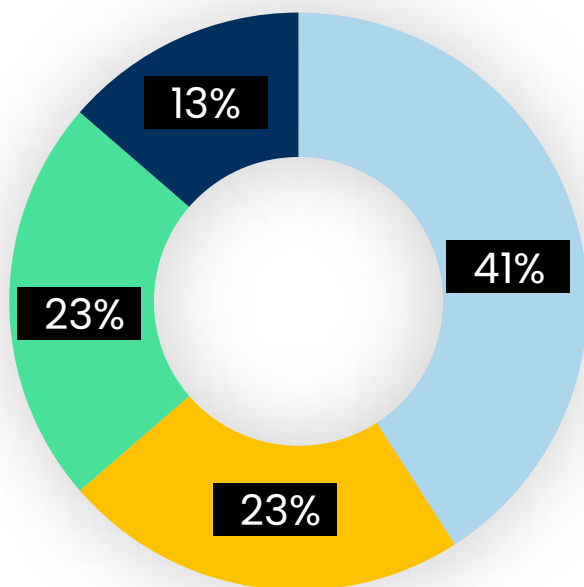


- Ambos tipos de planes
- Un plan de relacionamiento con los diferentes grupos de interés
- Un plan para ampliar públicos, sumar actores a las relaciones frecuentes de la empresa

¿En qué ámbitos desarrolla estas acciones preponderantemente?



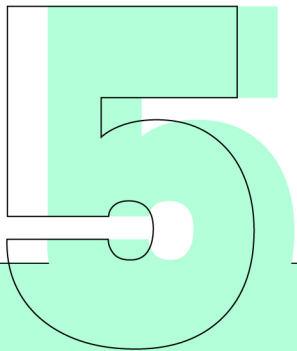
¿El área cuenta con una definición sistemática de públicos/targets y un mapa de stakeholders actualizado para orientar sus comunicaciones y acciones en medios?



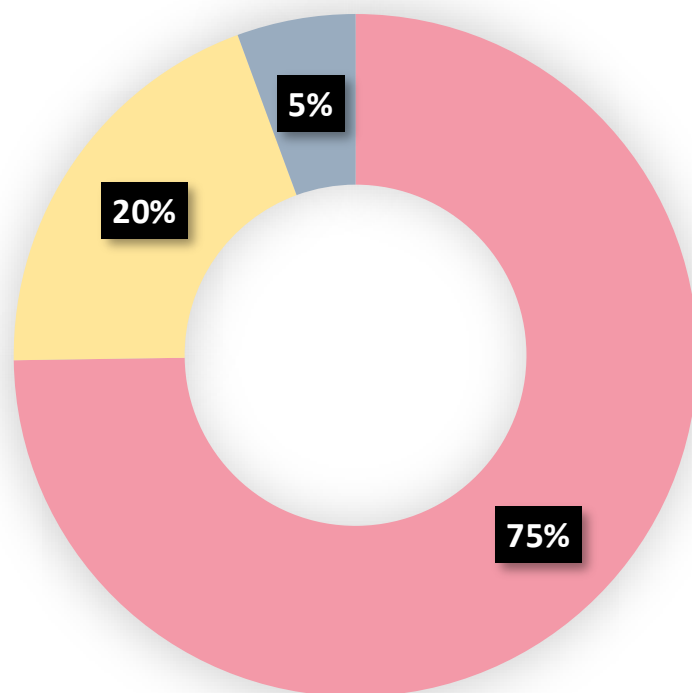
- Se trata de una parte sistemática (y esperada) de la gestión
- Es parte de la acción, pero no sistemática
- La importancia ha sido reconocida, pero no se tomaron medidas
- No se tiene en cuenta este aspecto



Reputación y marca corporativa

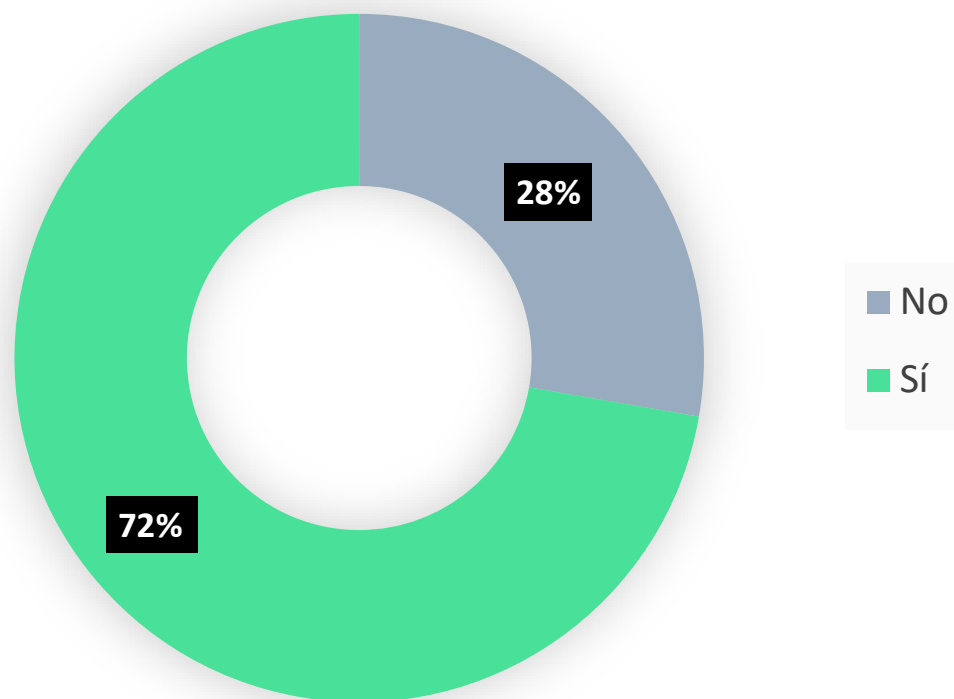


¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?

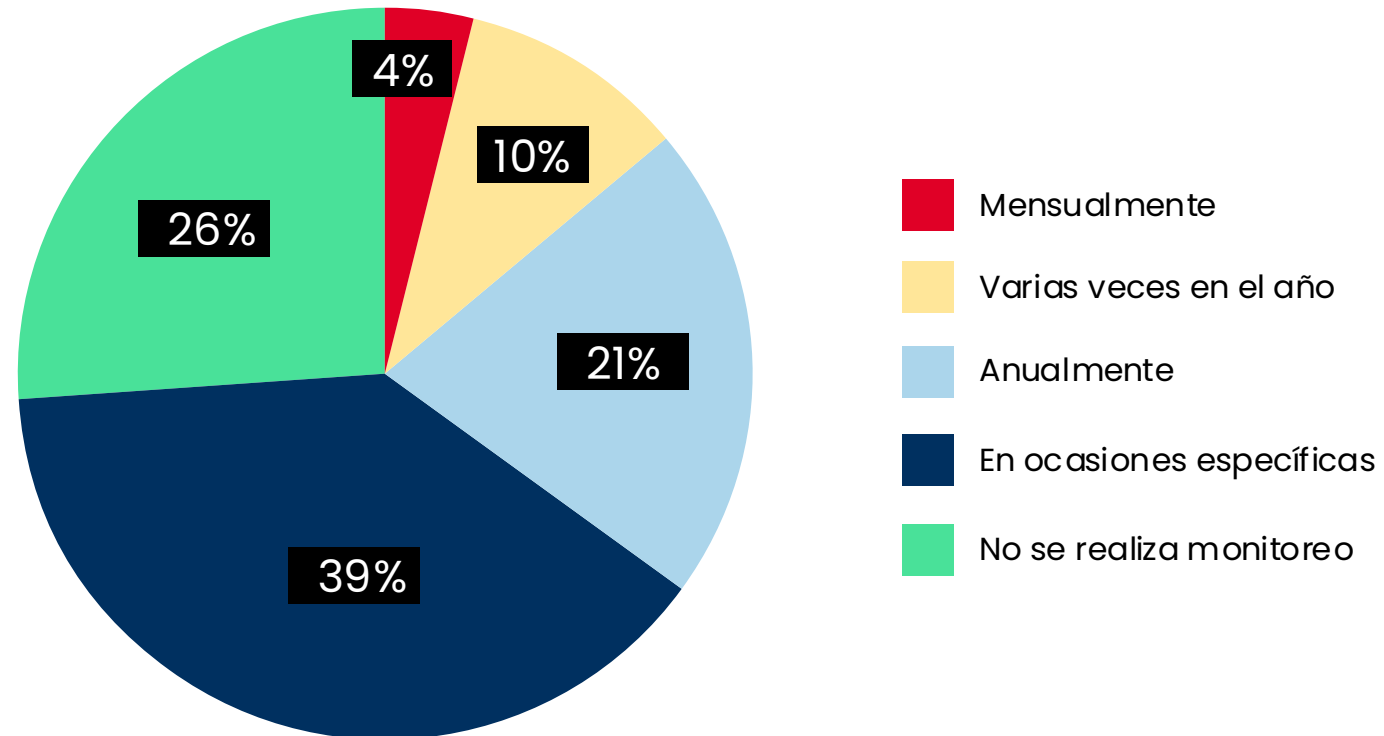


- Sí, se encuentra dentro del área de Comunicación
- Sí, se encuentra en relación estrecha con ella
- No se encuentra en el área ni en relación estrecha

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

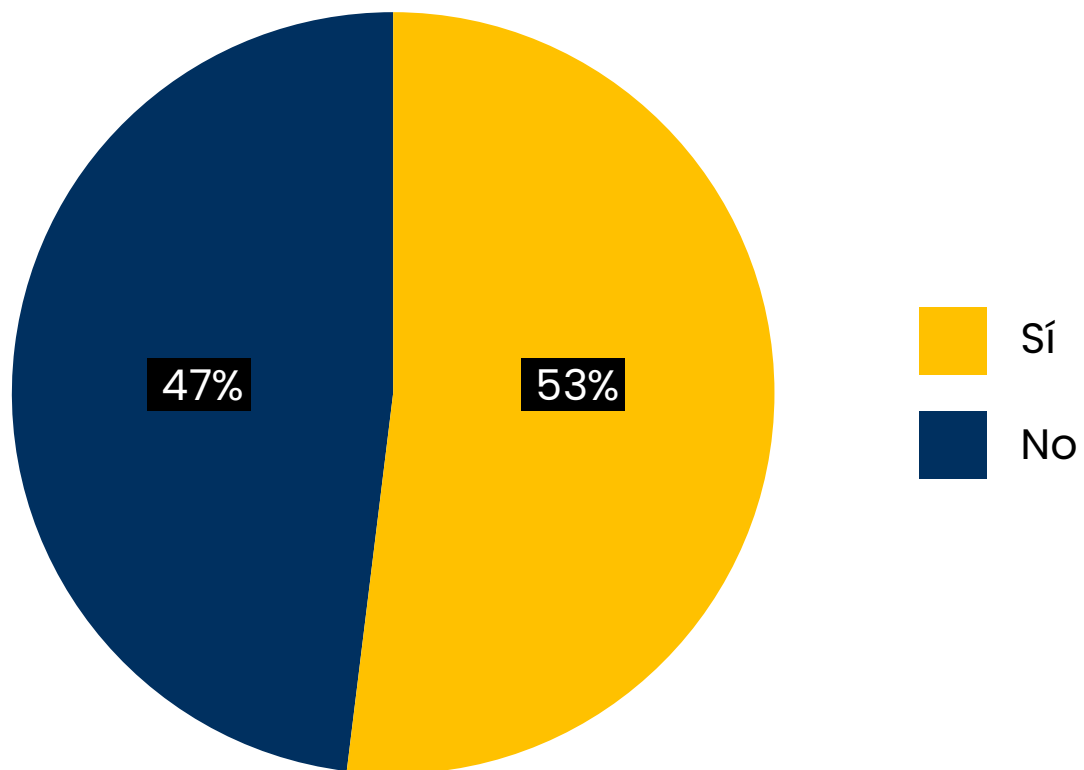


¿Con qué frecuencia se realizan estudios de monitoreo de reputación de la Marca Corporativa?



¿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?



Mercado
Libre

Natura

2°

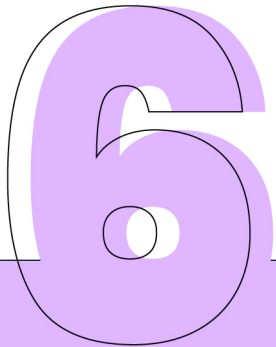
1°

Globant

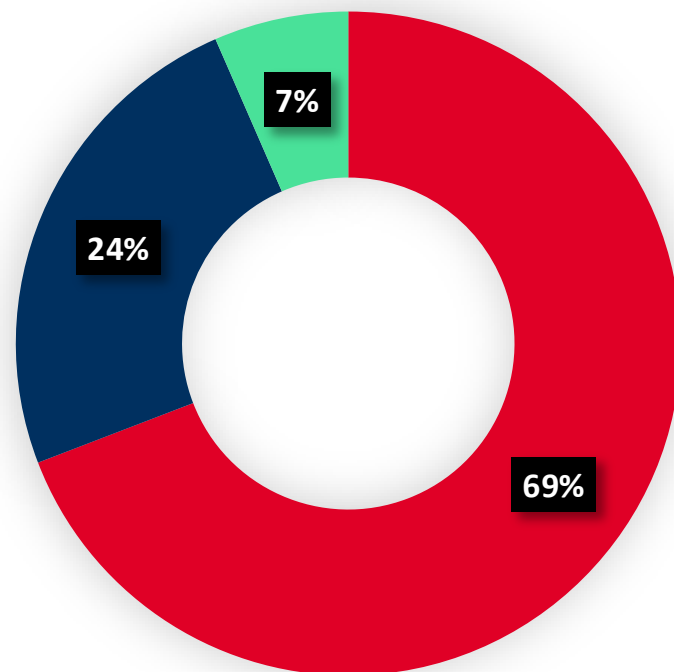
3°



Comunicación digital y redes sociales

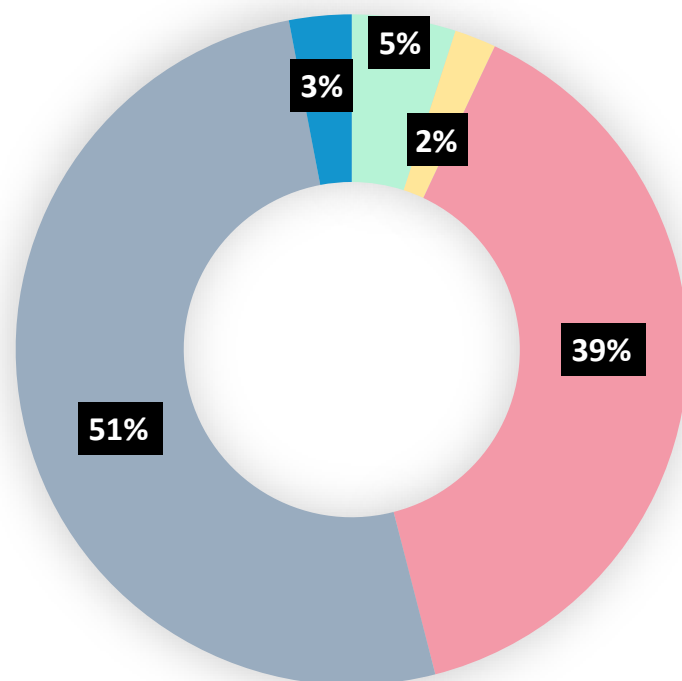


¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



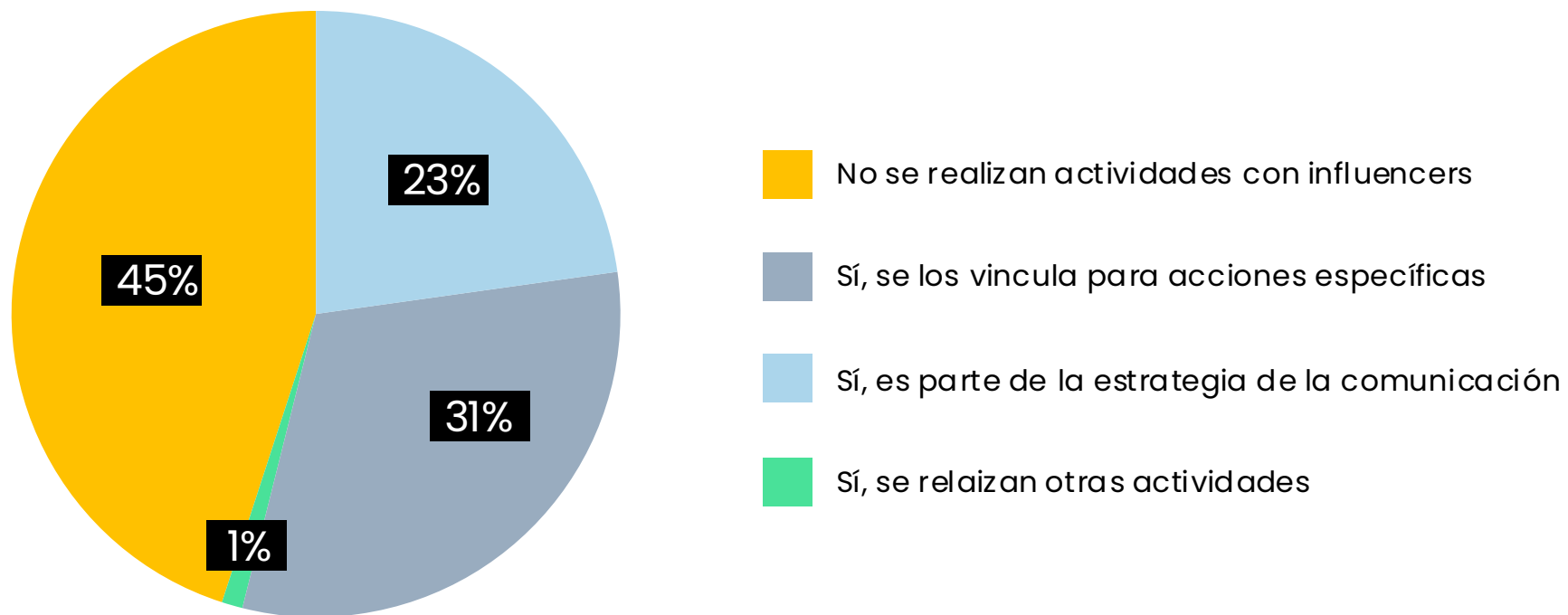
- Sí, se encuentra dentro del área de Comunicación
- Sí, se encuentra en relación estrecha con ella
- No se encuentra en el área ni en relación estrecha

¿Con quién gestiona la empresa el manejo de la comunicación en redes sociales?

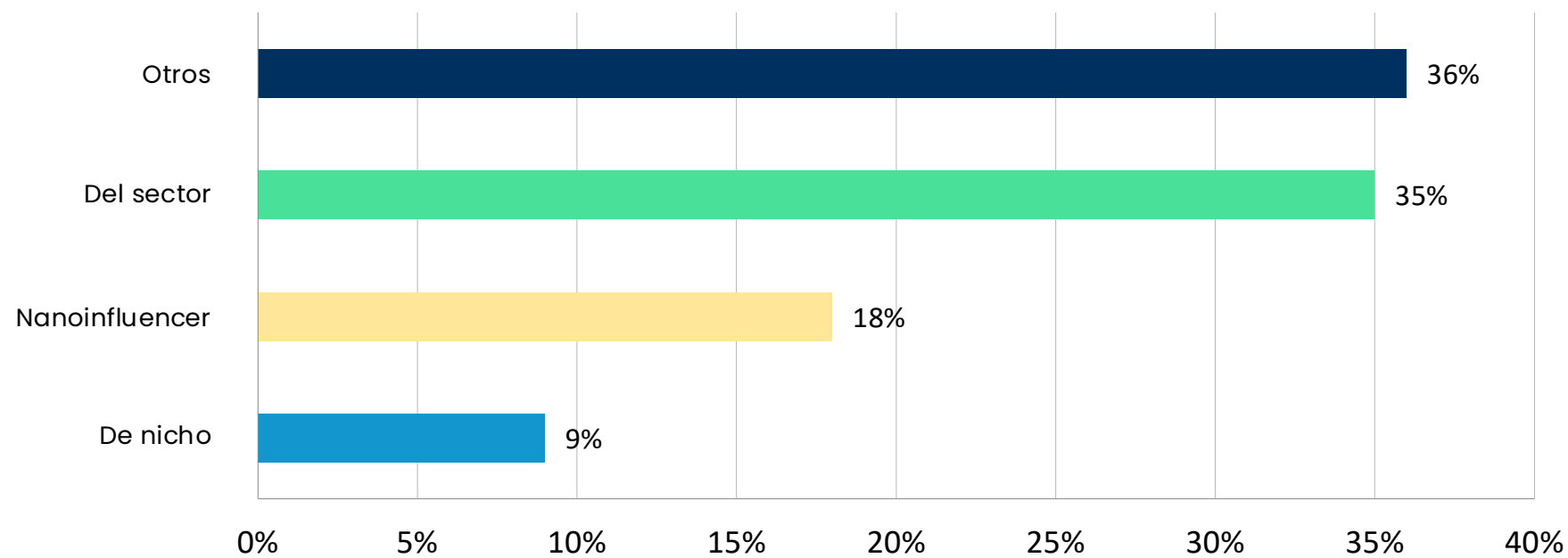


- Cuenta con Community Manager propio
- Se contrata un Community Manager externo
- Se contrata una agencia externa
- Se gestiona mediante un equipo interno
- Ningún equipo gestiona sistemáticamente la comunicación digital

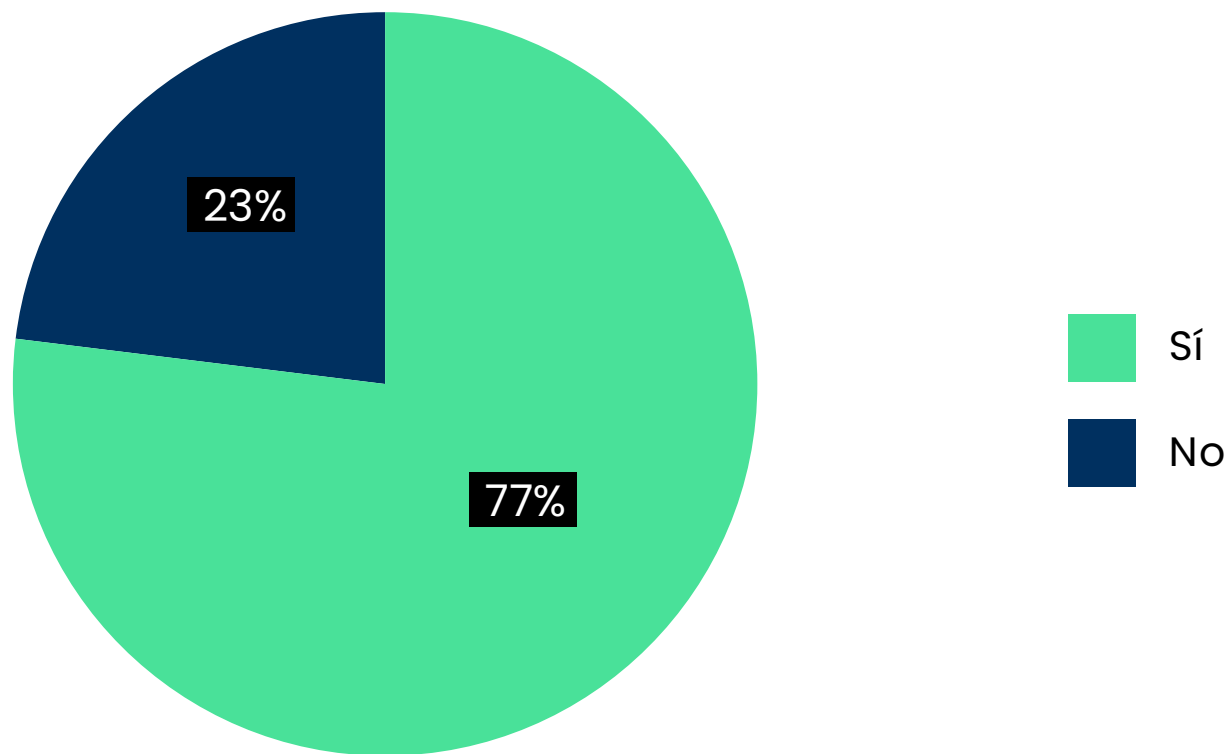
¿Se realizan actividades de relacionamiento con influencers?



¿Con qué tipo de influencers se relaciona?

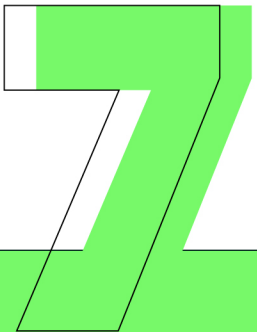


¿Se gestiona la presencia del CEO o alta dirección en redes sociales?

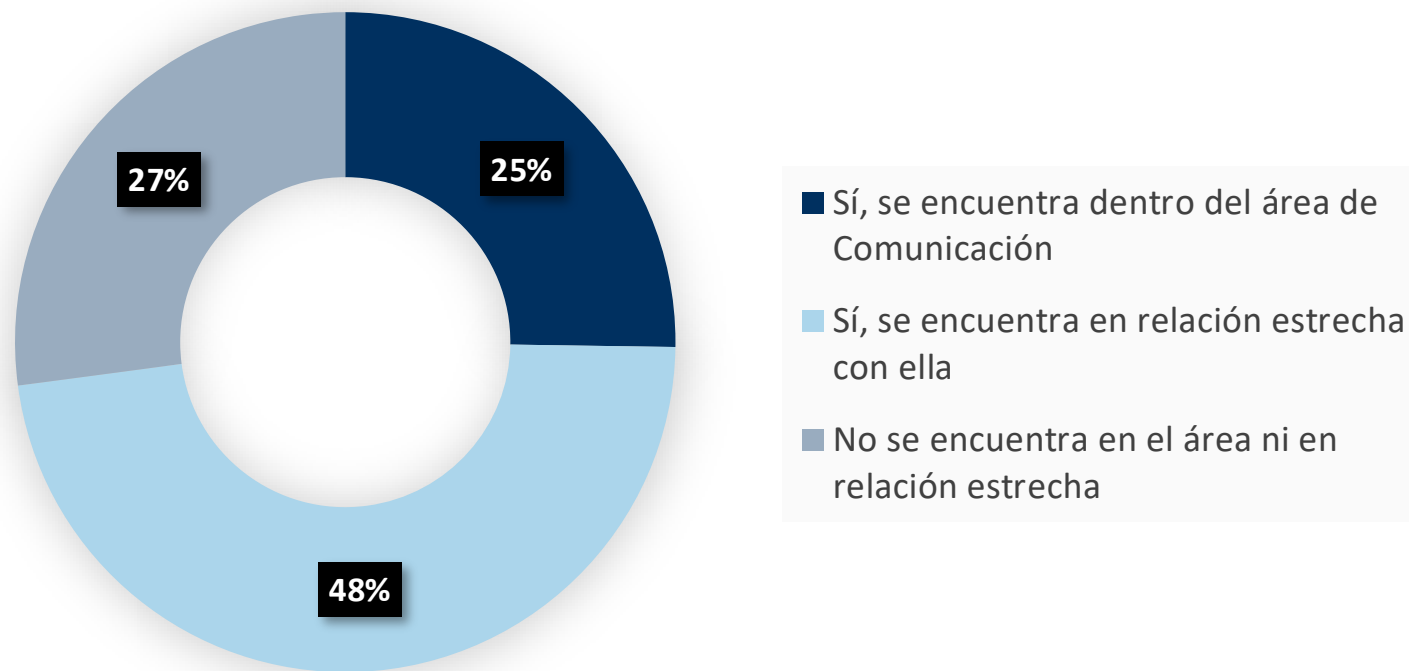




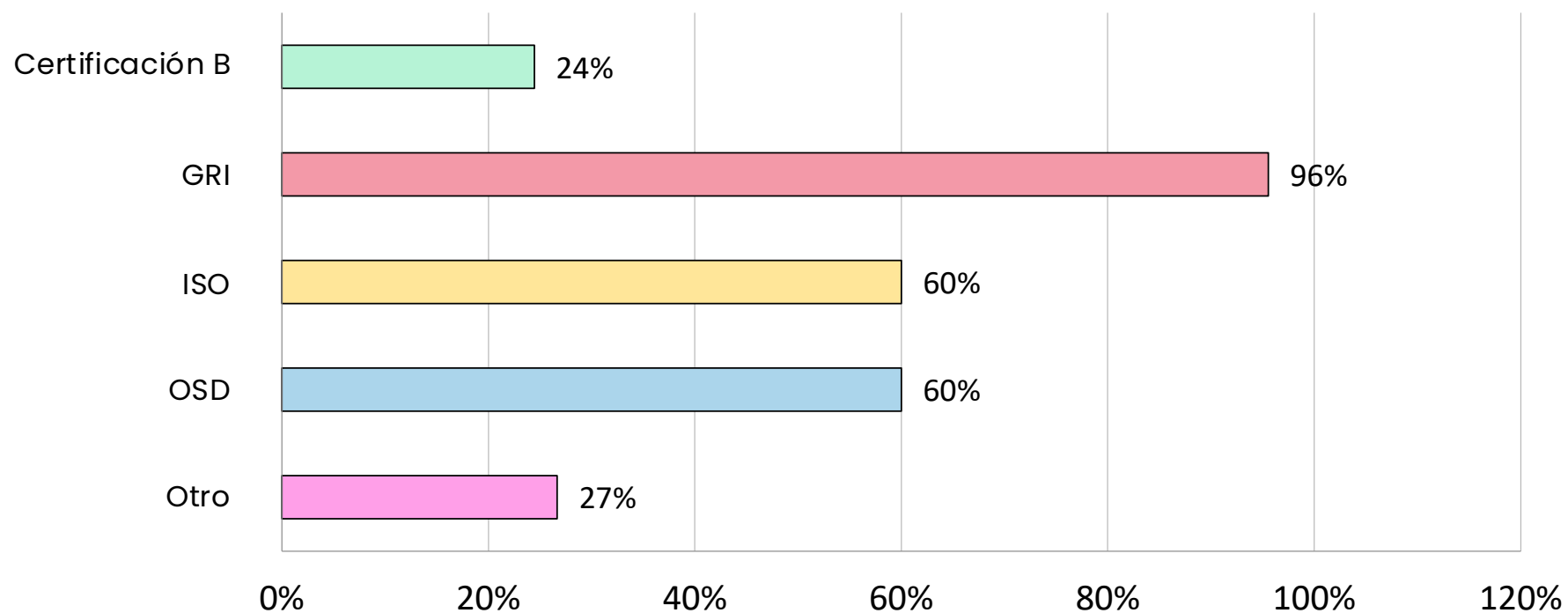
Sustentabilidad y relaciones con la comunidad



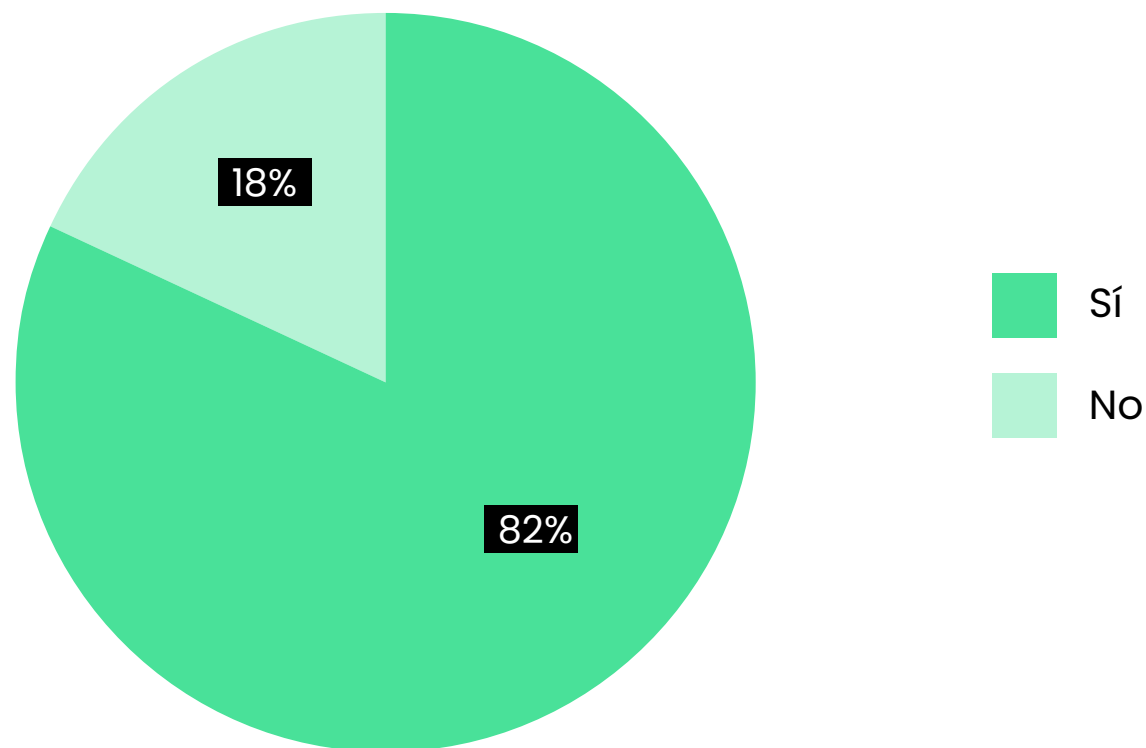
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



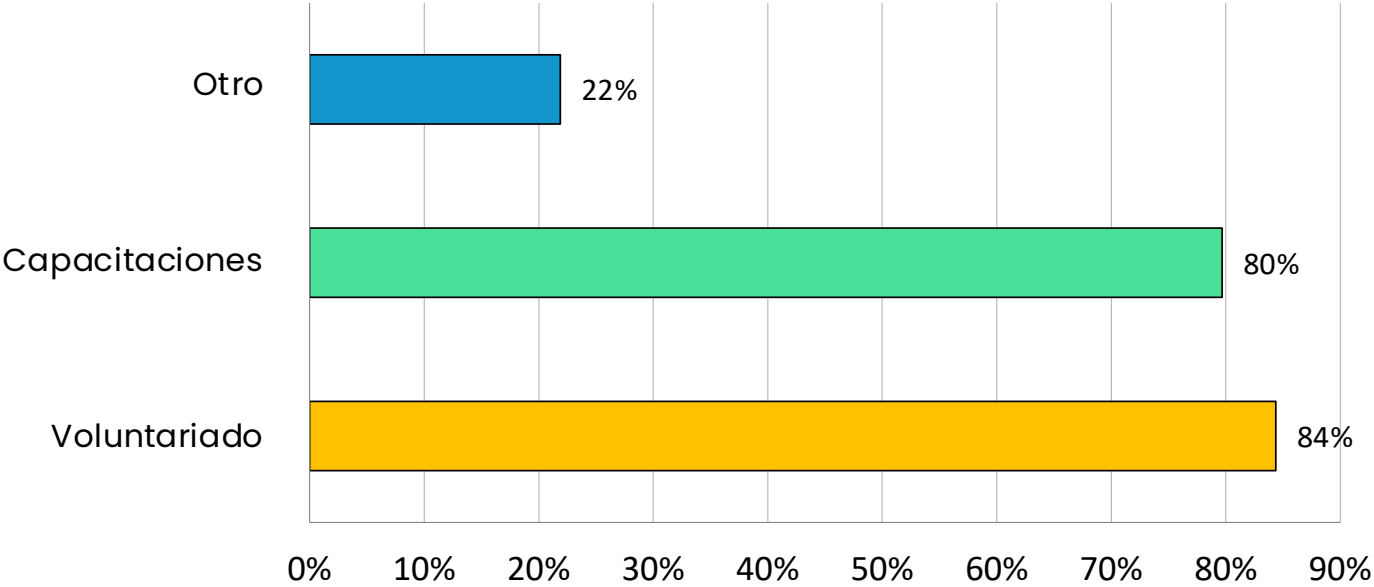
¿Con qué indicadores de sustentabilidad trabaja la empresa?



¿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?



Banco
Galicia

Natura

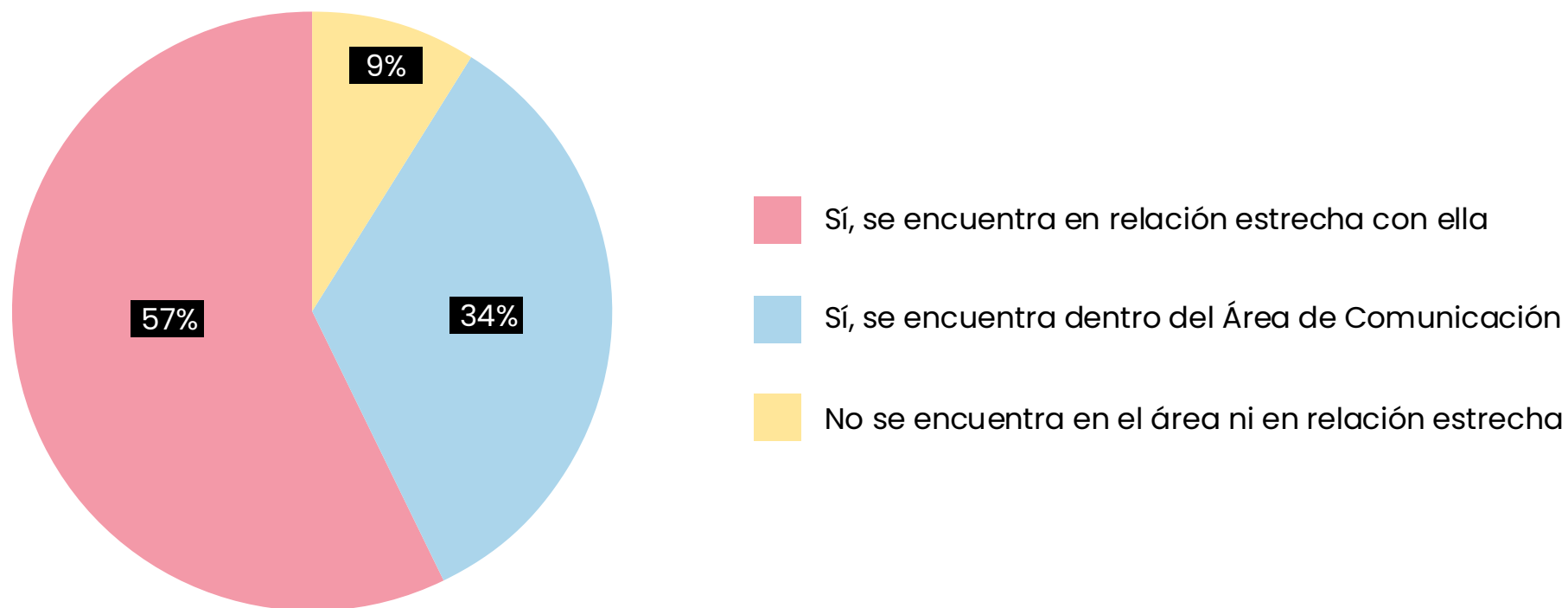
1º

Arcor

2º

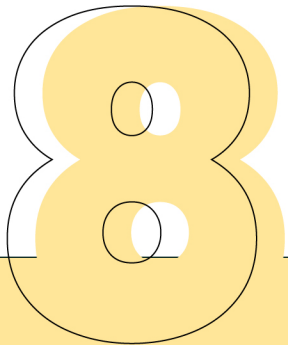
3º

De las empresas que incluyen "acciones de sustentabilidad" dentro del plan estratégico de comunicación vigente de su empresa

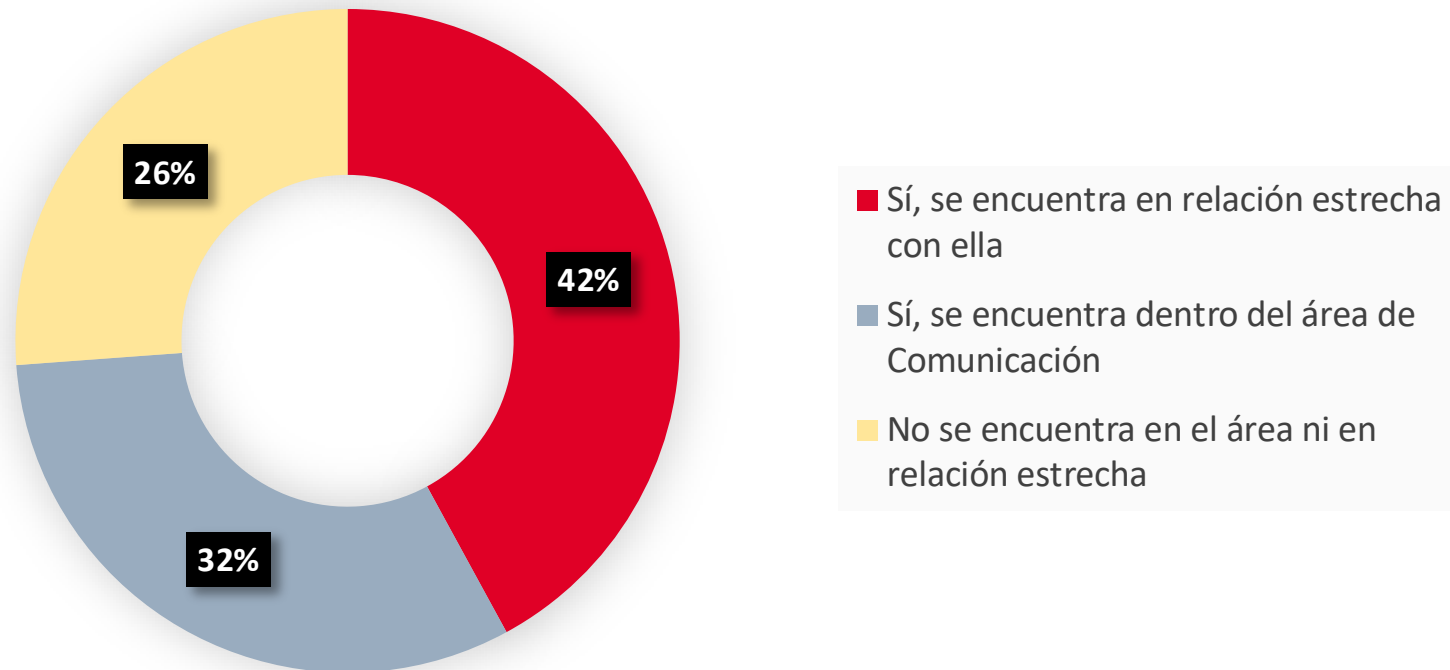




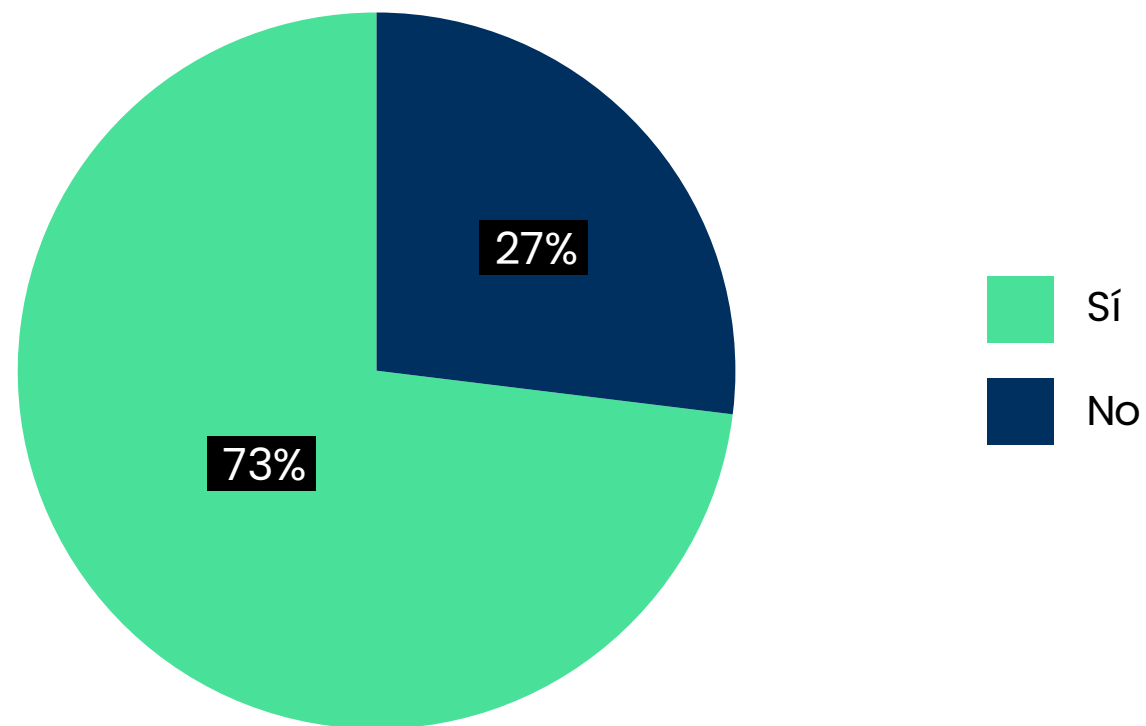
Comunicación interna, clima y cultura



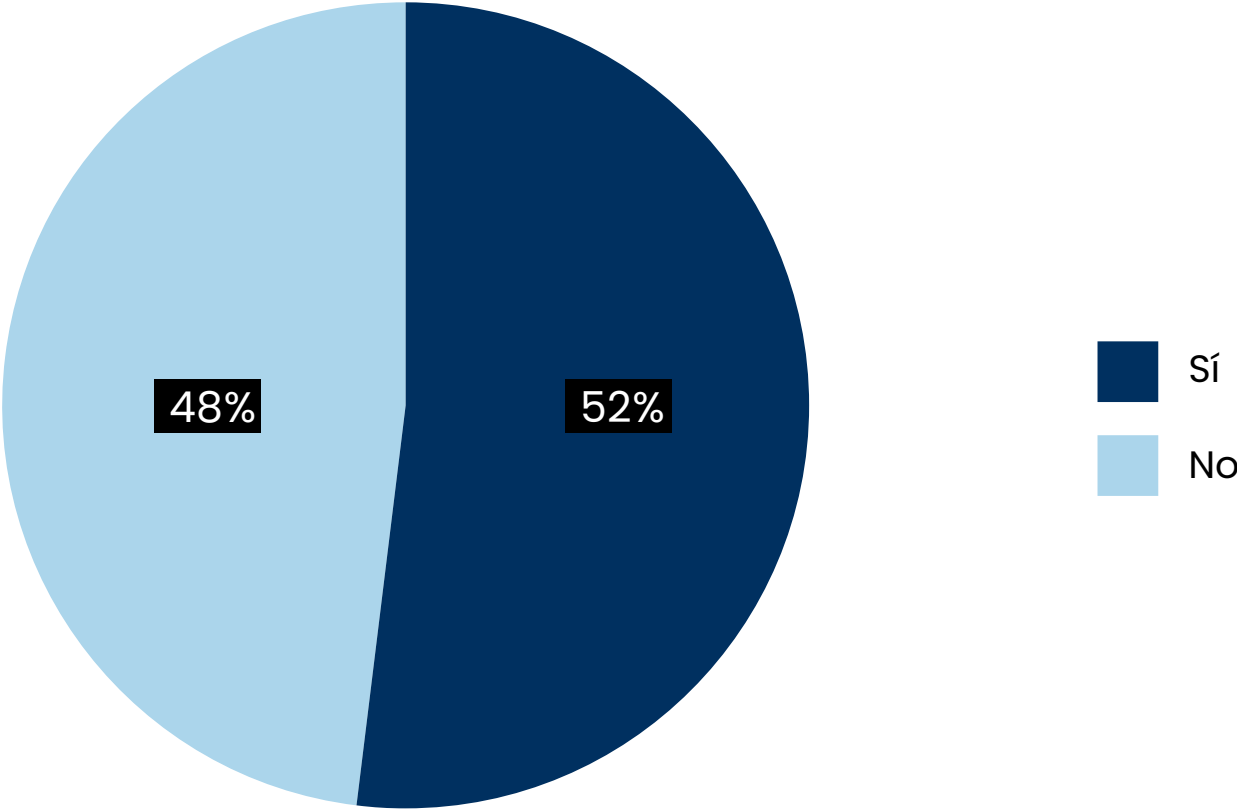
¿Esta función se encuentra dentro del área de Comunicación o en relación estrecha con ella?



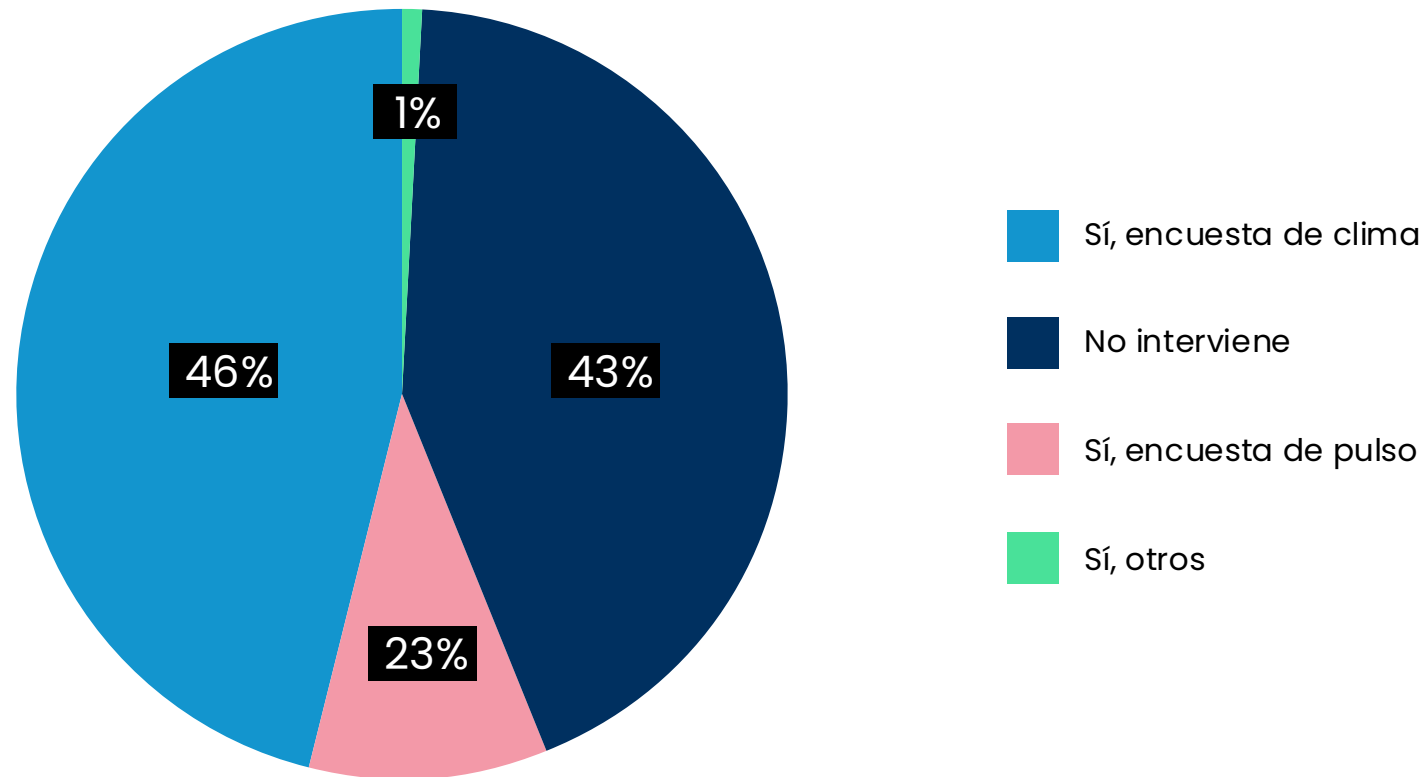
¿Participa el área en el desarrollo de actividades de capacitación en comunicación u otras competencias soft para empleados?



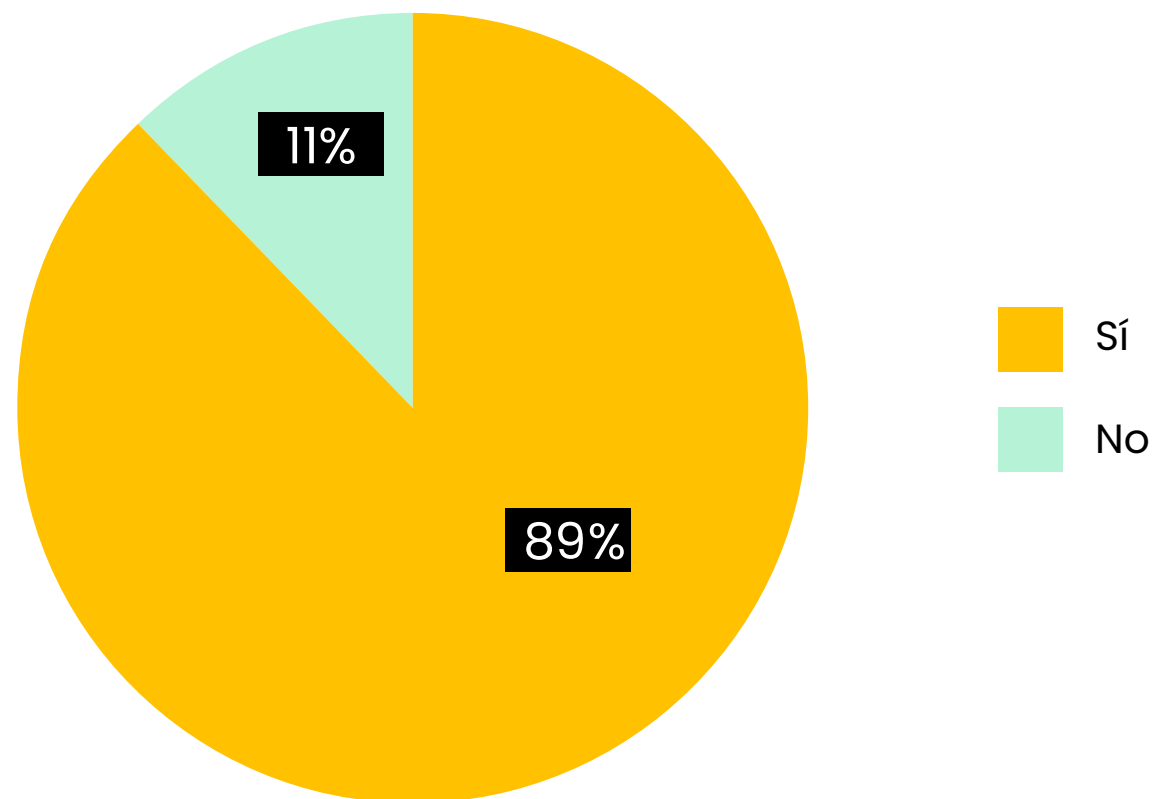
¿Monitorea el área los rankings de la evaluación de la gestión interna?



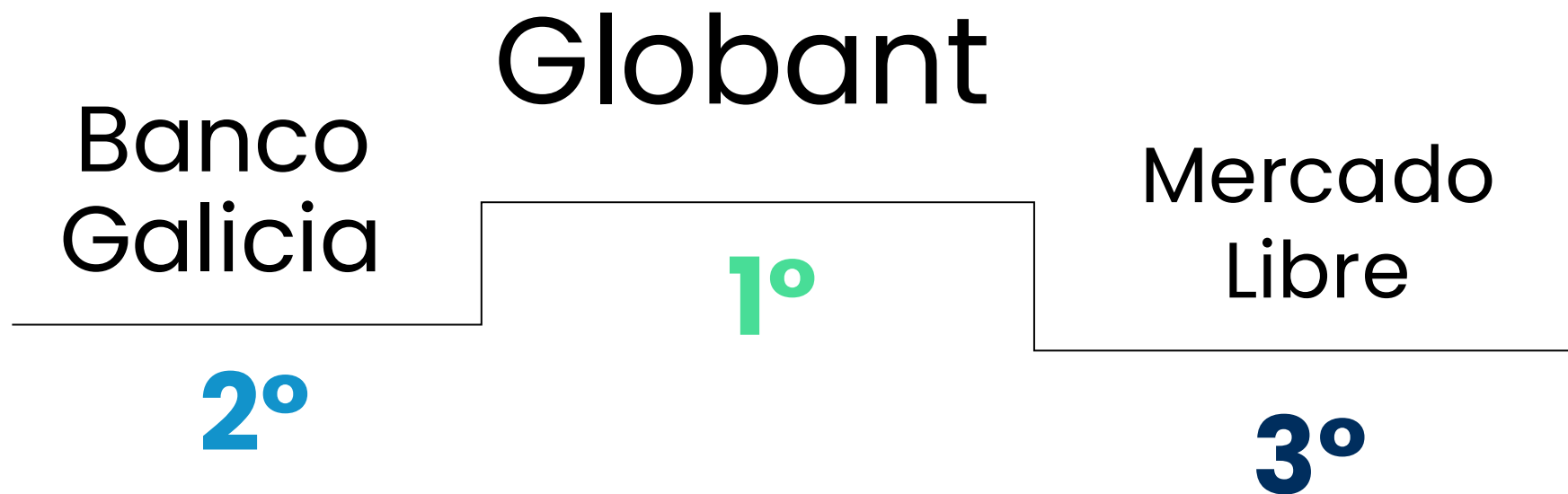
¿Interviene el área en las mediciones de la cultura?



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



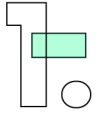
¿Qué empresa gestiona mejor la comunicación interna?





Highlights

2025



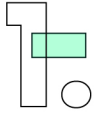
La reputación corporativa es la prioridad del área de comunicación, pero las prácticas de medición no acompañan esa centralidad:



- El **44% de las empresas carece de métricas específicas** para evaluar su presencia en medios.



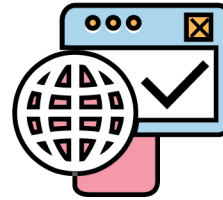
- Solo el **19% realiza social listening**, y aún no se utiliza la IA como herramienta de medición.



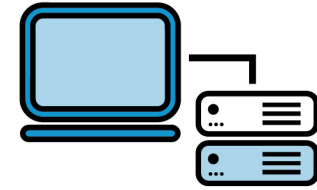
La reputación corporativa es la prioridad del área de comunicación, pero las prácticas de medición no acompañan esa centralidad:



- Apenas el **35% mide la reputación** al menos una vez al año.

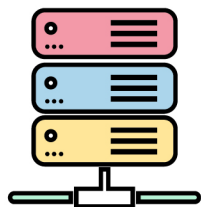


- El **53% participa en algún ranking de imagen**; el 47% restante no lo hace.

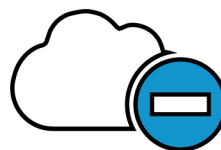


- El **48% no monitorea rankings de comunicación interna** y el 43% interviene en la medición de cultura.

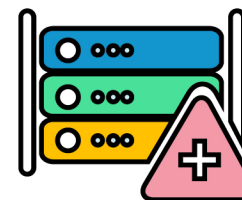
En un contexto de negocios politizado en Argentina, los asuntos públicos todavía **no son prioridad dentro del área de comunicación**, aunque se observan mejoras en su gestión:



- En el **78% de las compañías**, **Asuntos Públicos funciona como un área separada** de Comunicación.



- El **45% no busca ampliar su relación** con nuevos stakeholders.



- La gestión de crisis muestra avances, pero **solo la mitad de las compañías que poseen planes de contingencia gestiona la comunicación digital** con equipos internos.

3.

A pesar de ser una exigencia creciente para los negocios, la comunicación aún tiene **un rol limitado en la gestión de la sustentabilidad:**



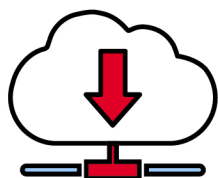
- Solo el **65% de las compañías incluye acciones de sustentabilidad en sus planes de comunicación**, por detrás de comunicación digital y por unidad de negocios.



- Apenas el **34% de las empresas que llevan adelante iniciativas de sustentabilidad integran esta función dentro del área de comunicación.**

3.

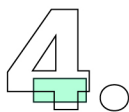
A pesar de ser una exigencia creciente para los negocios,
la comunicación aún tiene **un rol limitado en la gestión de la sustentabilidad:**



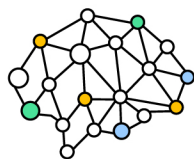
- **La sustentabilidad es la función menos incorporada** al área de comunicación (**25%**) y la última en el orden de prioridades.



- **Predomina una mirada hacia adentro:** se vincula más con el público interno que con otros stakeholders.



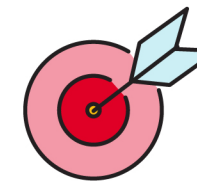
Las compañías muestran solidez en la producción de contenidos, pero persisten **desafíos en la gestión interna de la comunicación digital** y en el uso estratégico de la inteligencia artificial:



■ La **IA** se utiliza principalmente para **generar contenidos (53%)**, y en menor medida para **personalización (37%)**.



■ Todavía **no se aplica** de manera significativa a la **segmentación de audiencias** (targets/TIERS).



■ El **49% de las empresas no cuenta con equipos propios** de comunicación digital.



KCI Edición 2025

www.kci.com.ar

Main Sponsors Comunicación

