

La incidencia de los medios en la construcción de reputación

La posibilidad de enfrentar una crisis reputacional, de mayor o menor impacto, se incrementó en los últimos años.

Solidez

Liderazgo

Innovación

Reputación

Concepto a través del cual las empresas deben dar cuenta de su accionar 360° a toda la sociedad

Calidad de productos

Ética Corporativa

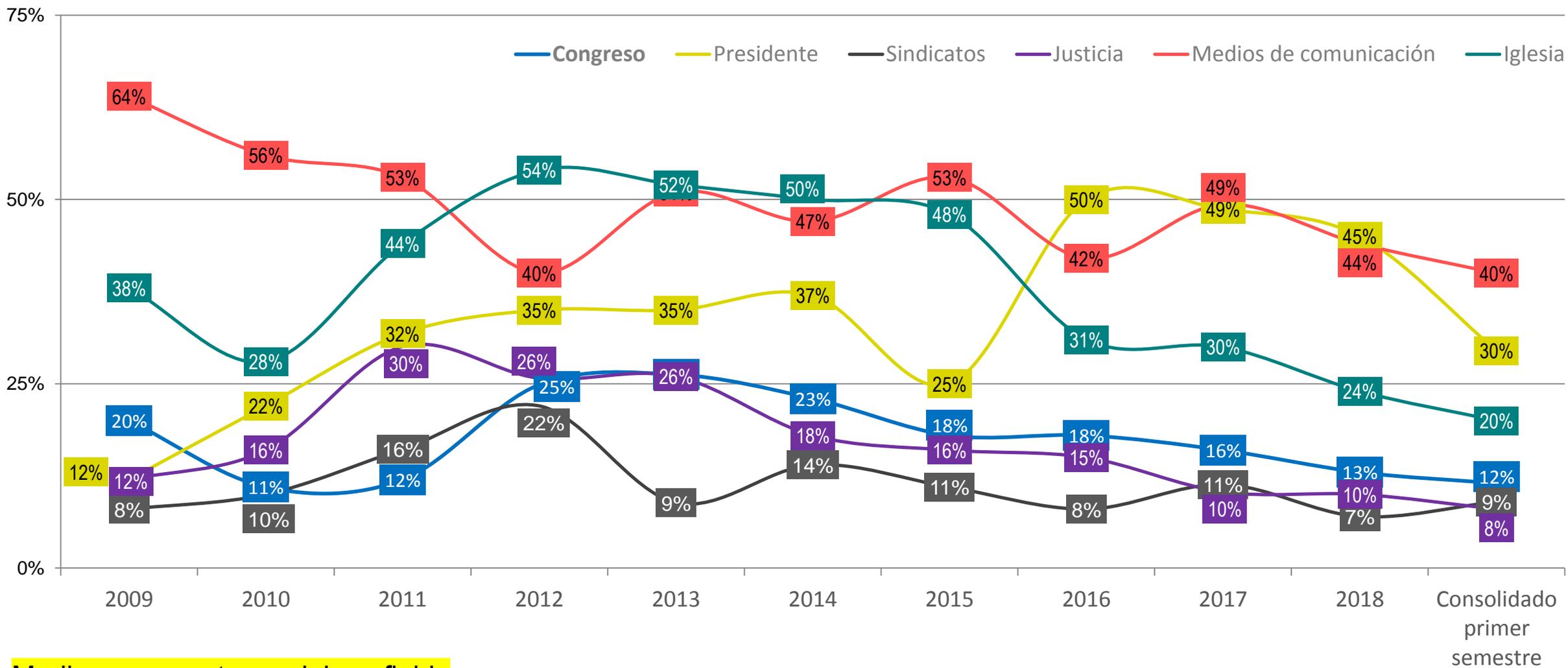
Público interno

Sustentabilidad

UN ACTOR QUE DEBE ENFRENTAR
MAYORES DEMANDAS DE PÚBLICOS POCO
IMPACTADOS POR LA MARCA.

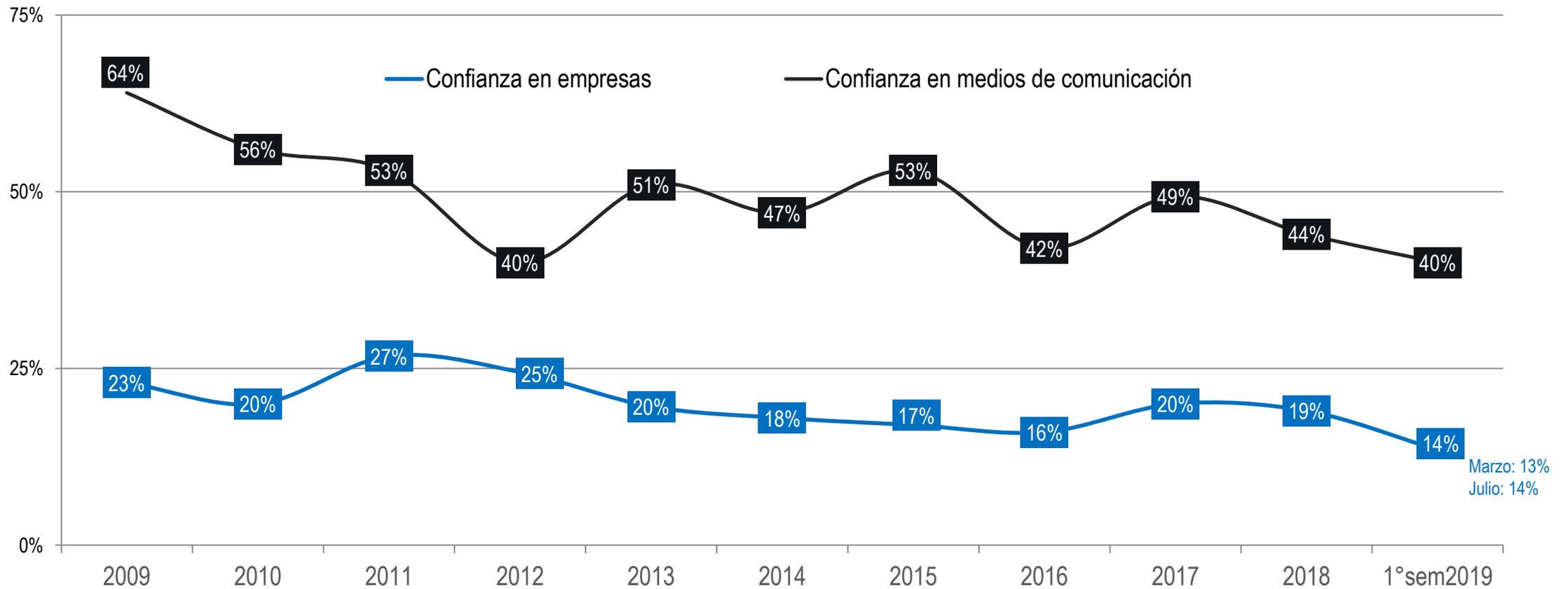
QUE NO SON:
SUS CLIENTES
NI SUS EMPLEADOS
NI SUS PROVEEDORES

Confianza en medios



Medios es un actor social confiable

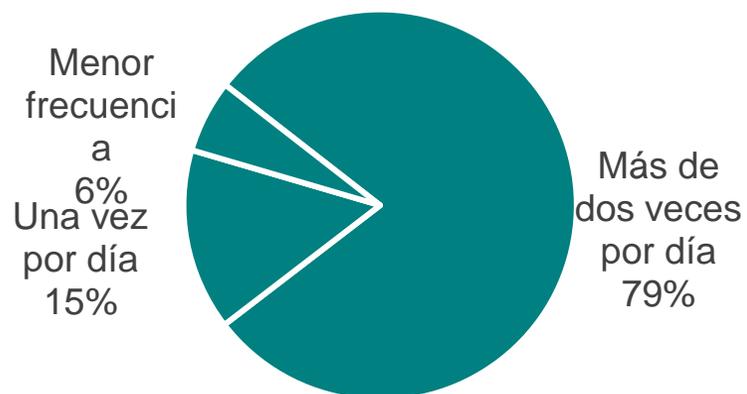
Confianza en empresas



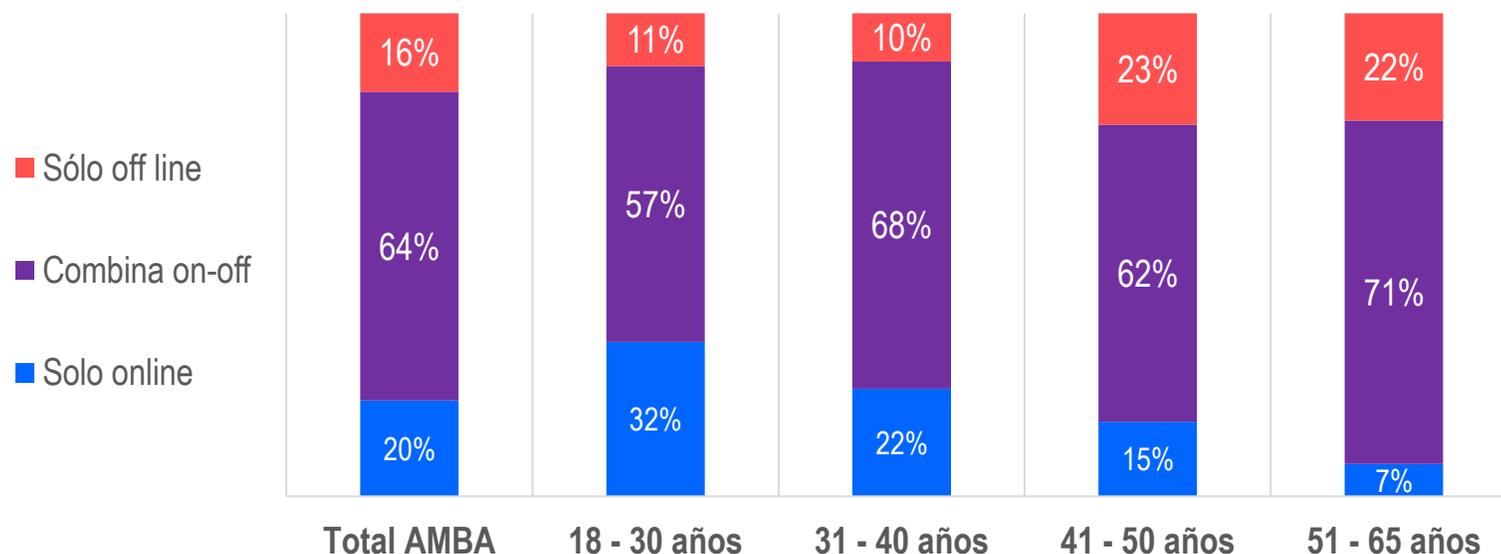
Base 2019: 862 casos. Base 2018: 1.348 casos. Base 2017: 1368 casos. Base 2016: 2400 casos

Contacto total con medios de información

Frecuencia de uso de medios de información



Acceso a información y noticias sobre la actualidad AMBA



El consumo de información es intenso y está diversificado

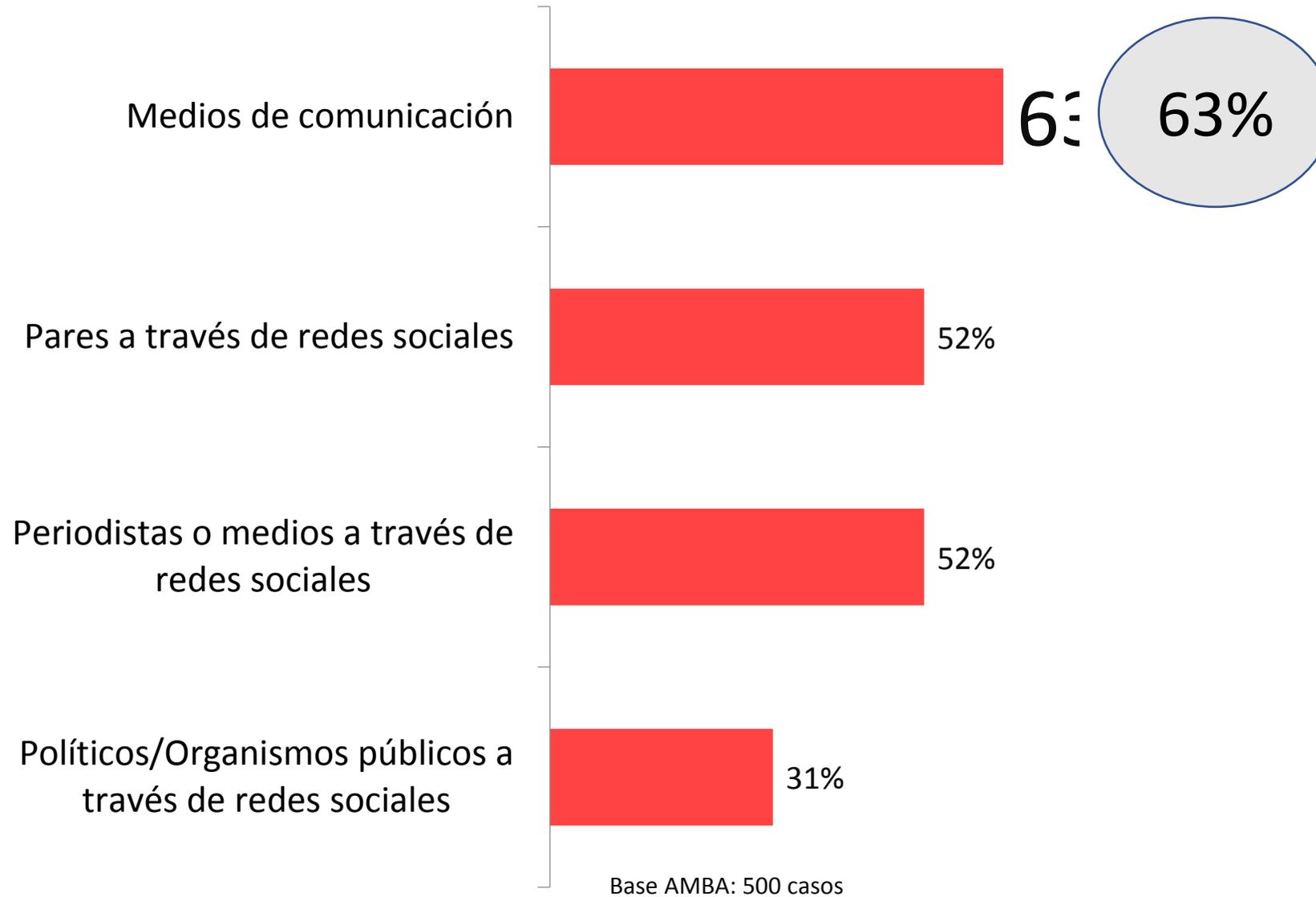
- El 94% de la muestra accede a medios para informarse “de lo que pasa en la actualidad” a diario, el 79% lo hace más de dos veces por día.
- El 64% se informa combinando todos los días formatos online con formatos off line.
- El 60% utiliza al menos tres medios distintos por día.

¿Cuál o cuáles de los siguientes medios usas para ponerte al tanto de los temas que pasan en la actualidad?

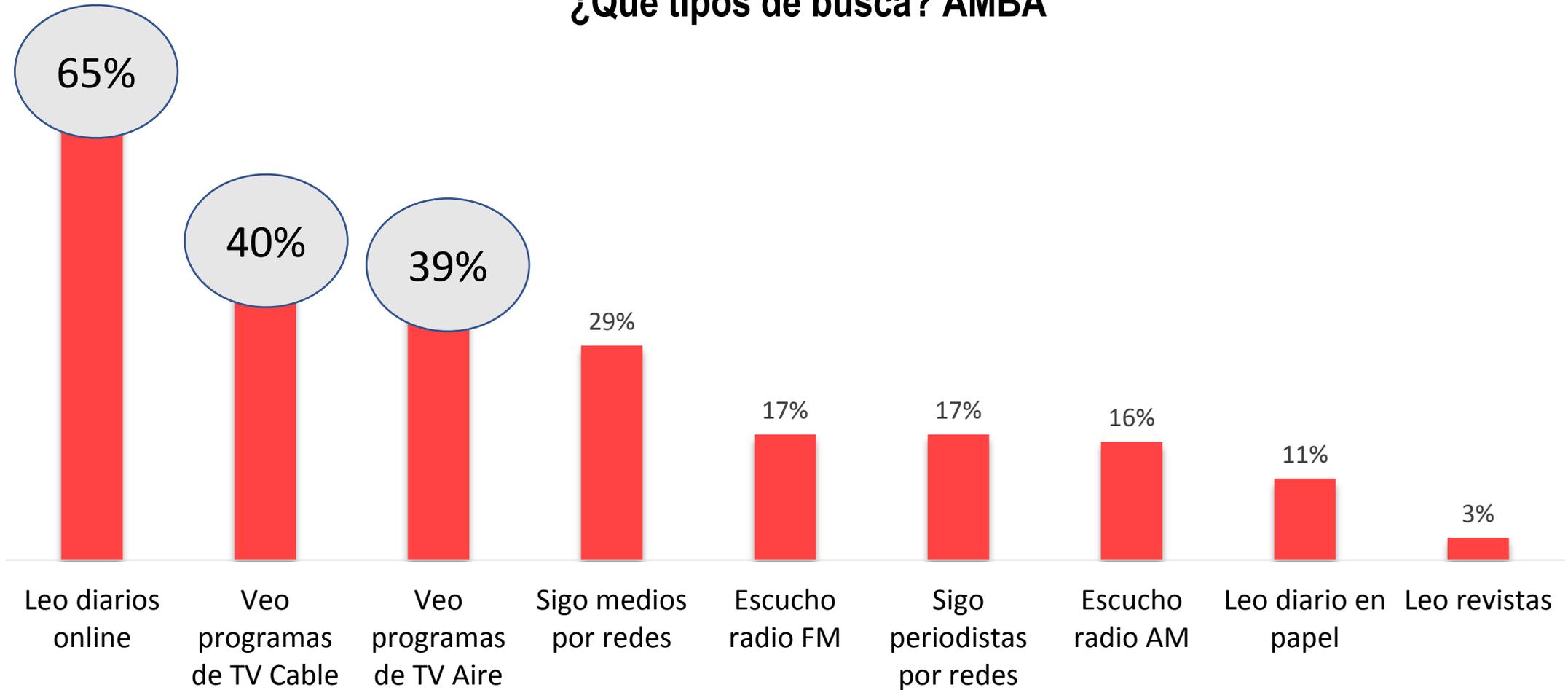


- Dos o más veces por día
- Una vez por día
- Algunas veces por semana
- Menos de algunas veces por semana

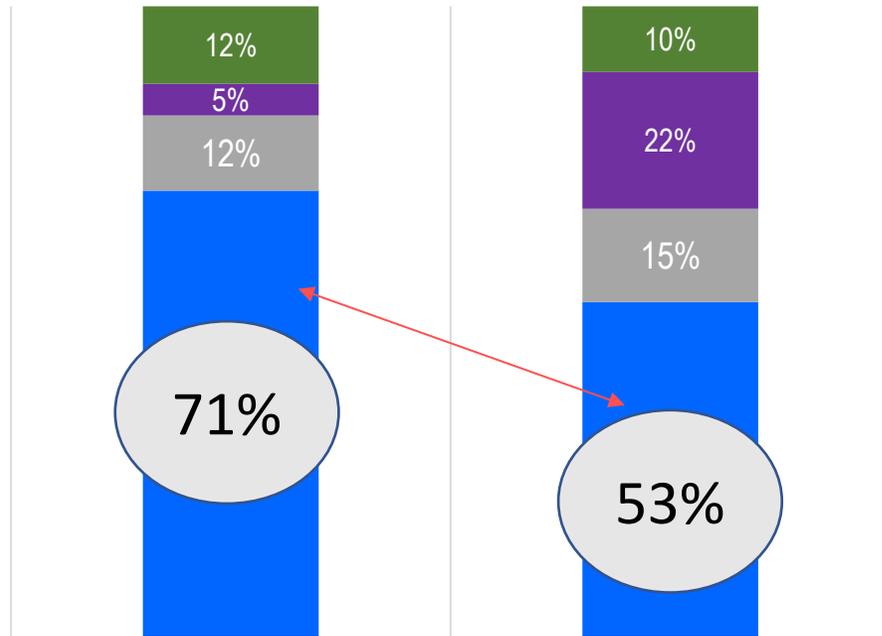
¿Qué confianza le inspira la información difundida por...?



Quando quiere profundizar sobre noticias que le interesan ¿Qué tipos de busca? AMBA



¿Cuál es la mejor manera de saber qué pasa en la actualidad?



No utiliza redes sociales para informarse

45% AMBA

Utiliza redes sociales para informarse

55% AMBA

- Otro
- Por contactos y gente que sigo en redes sociales e Internet
- Hablando con amigos, familiares, conocidos, etc.
- A través de los medios de comunicación y el periodismo.

Los medios constituyen un espacio clave en la construcción y en la destrucción de reputación