



ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

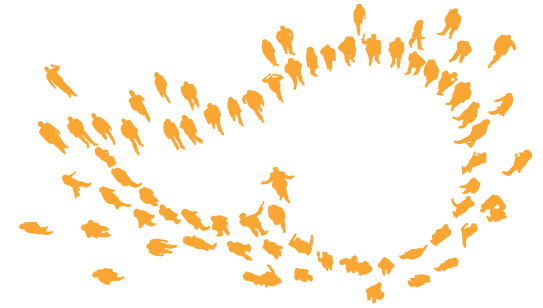
AMCO

Resultados Termómetro

Retorno de inversión en la comunicación

Abril de 2015

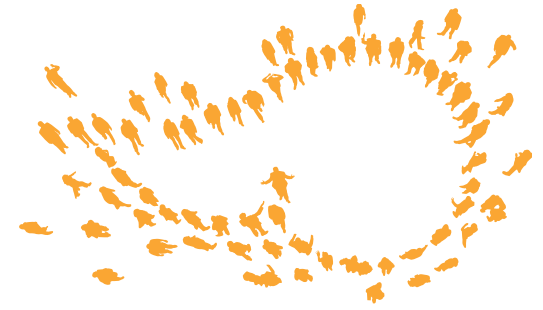
12 empresas participantes



1. 3M
2. AIG
3. Artes Balam
4. Braskem Idesa
5. Corporativo Cotemar – Cd. Del Carmen, Campeche
6. Corporación Interamericana de Entretenimiento, CIE
7. DuPont
8. Embraco – Monterrey, Nuevo León
9. FIRA – Banco de México – Morelia, Michoacán
10. Fresenius Medical Care de México – Guadalajara, Jalisco
11. Sistema Integrado de Consultoría, SIC 1A
12. Siegfried Rhein

Sobre las empresas

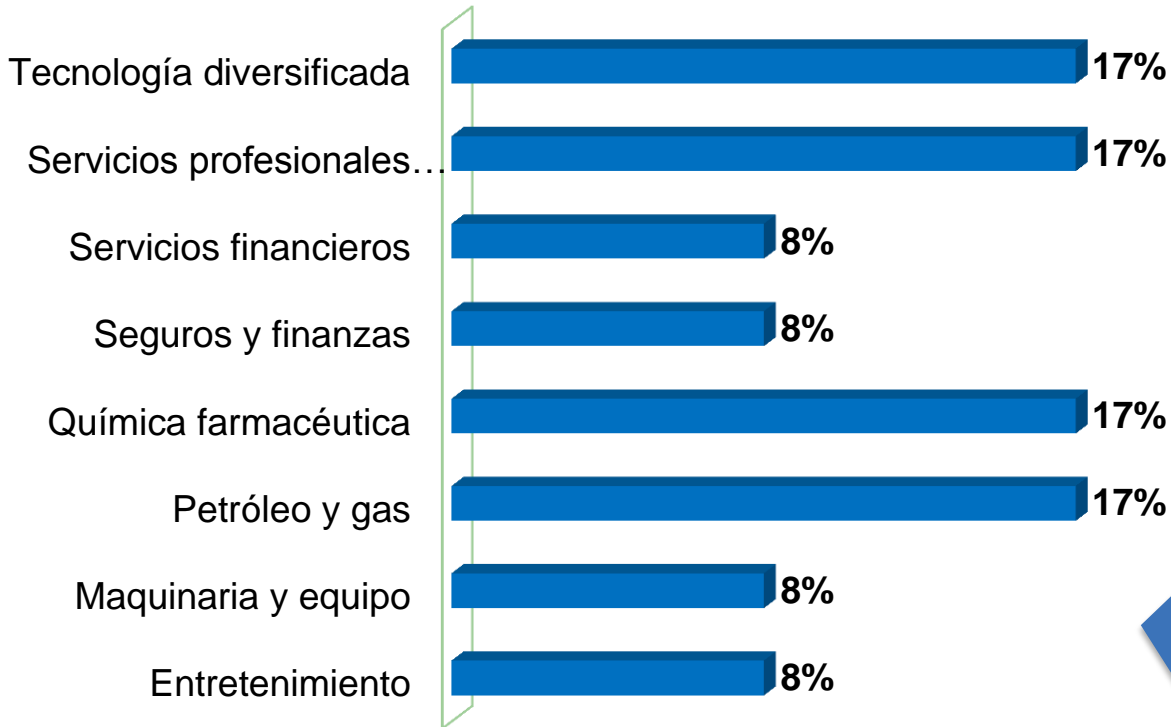
Giro



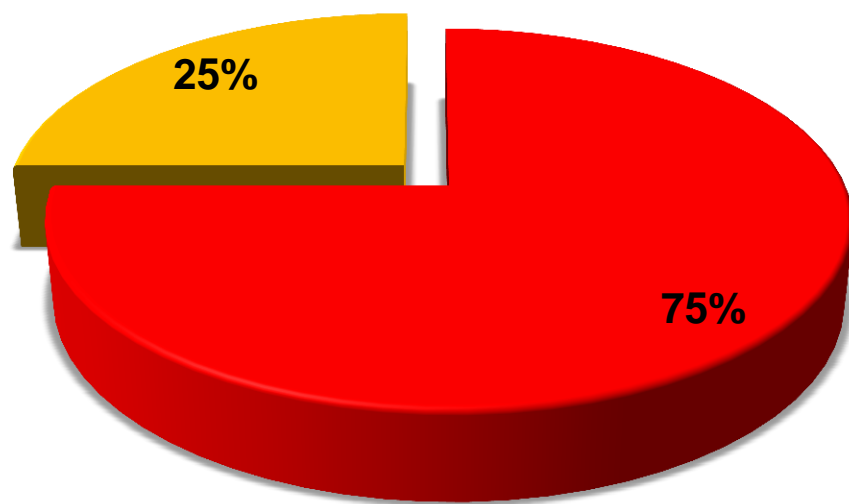
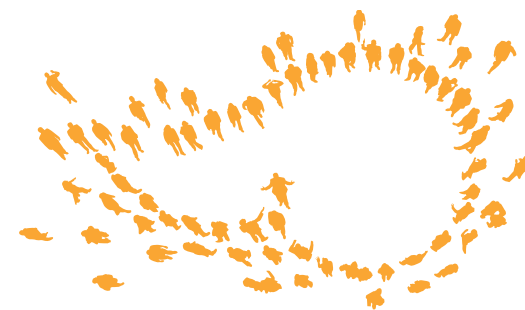
33% Nacionales
67% Internacionales

No. de empleados

Hasta 1,000	42%
1,001 a 3,000	33%
3,001 a 5,000	0%
5,001 a 7,000	0%
7,001 a 10,000	17%
+ de 10,000	8%



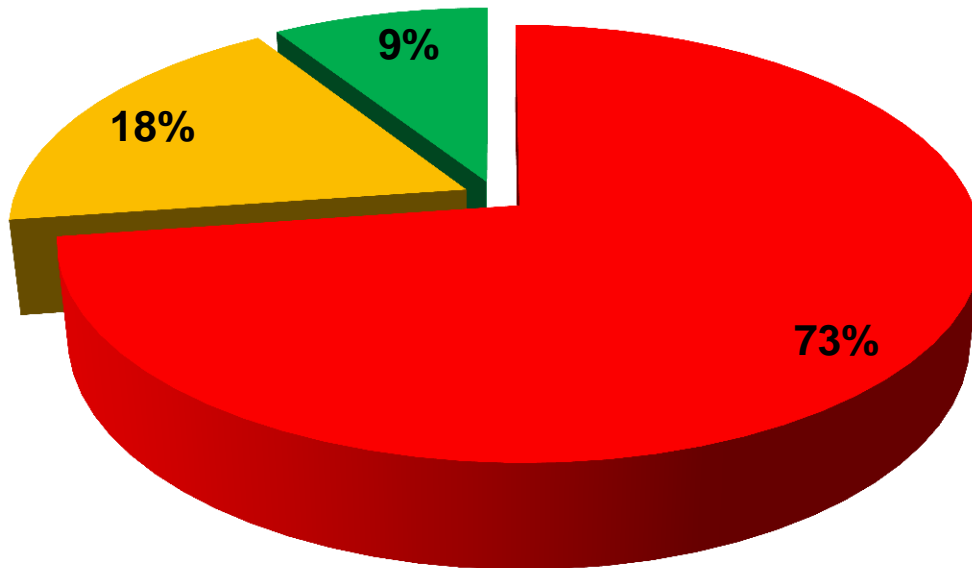
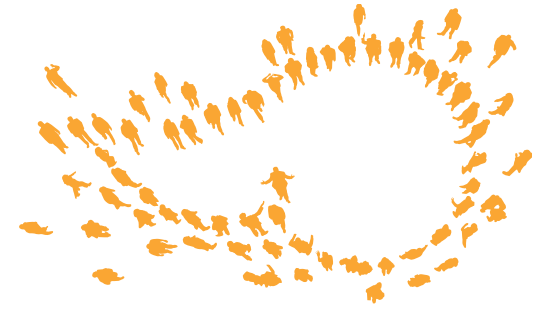
¿Cuentas con alguna herramienta para medir el impacto de la comunicación en tu empresa?



■ Sí

■ No

Los mecanismos de evaluación directa con las audiencias, empleados para la medición son:

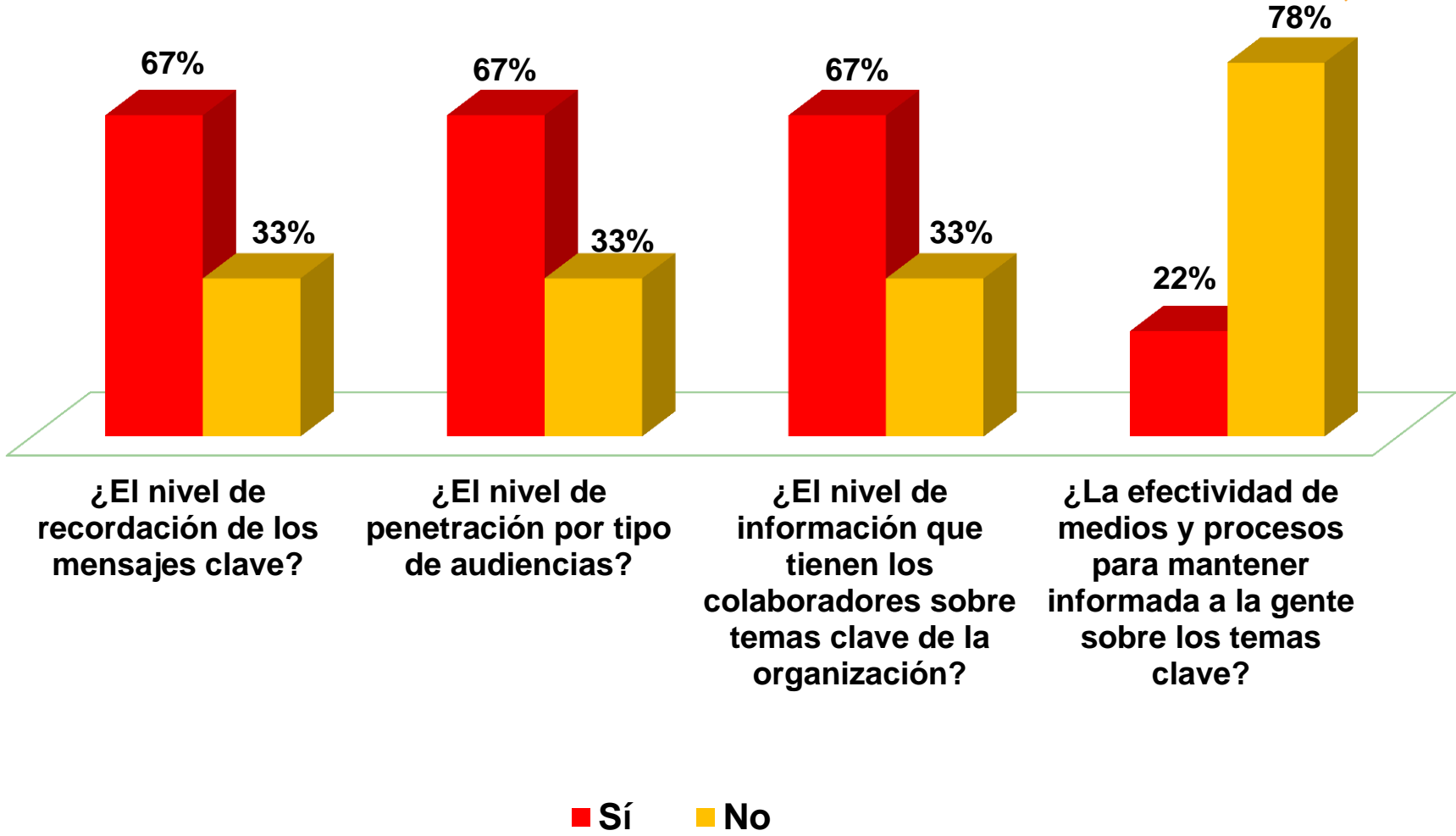
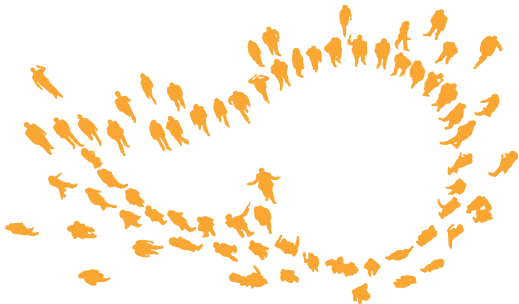


■ Encuestas

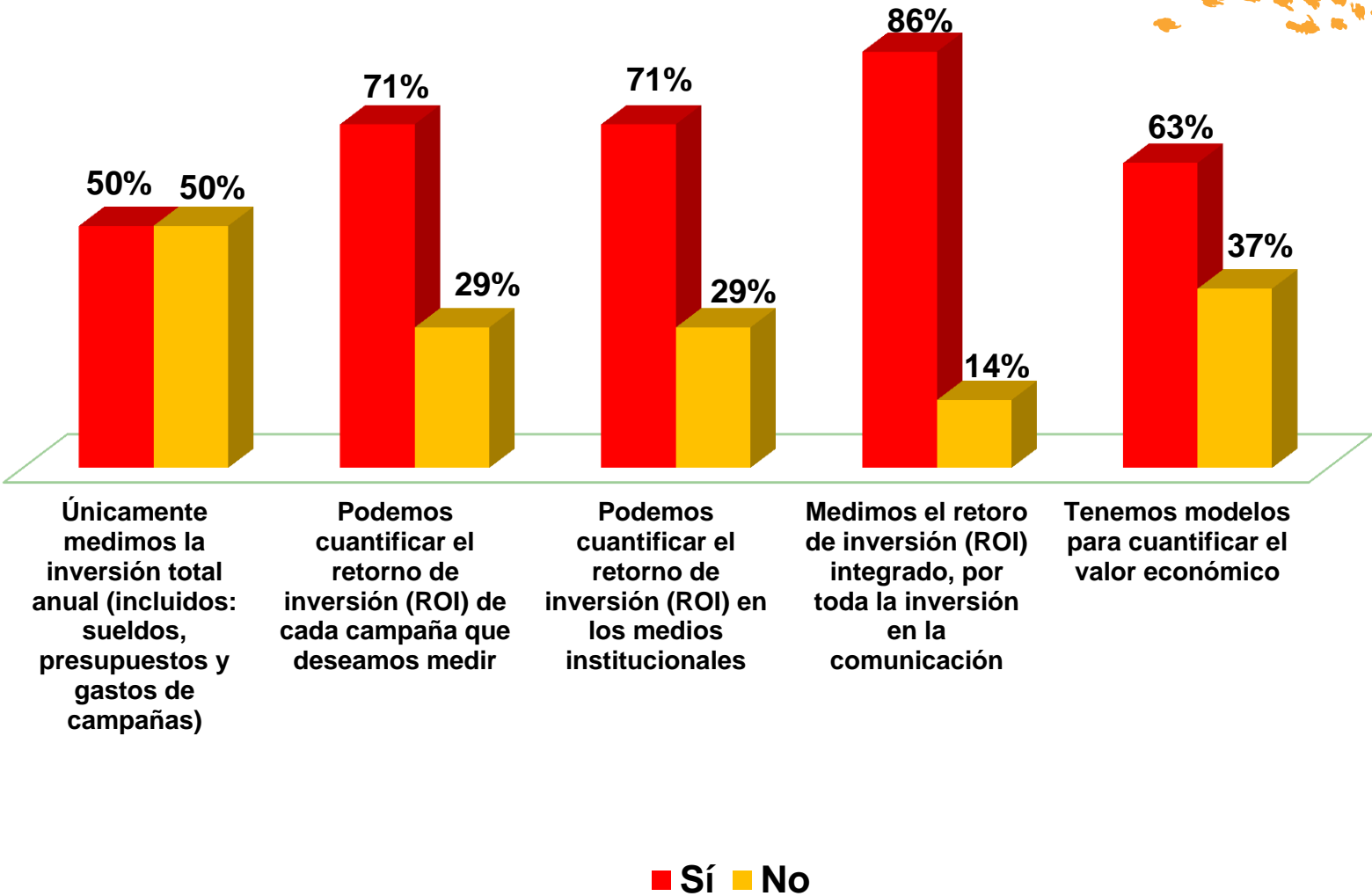
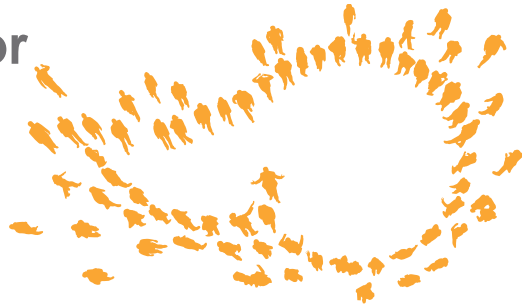
■ Grupos focales

■ Entrevistas con tus clientes internos

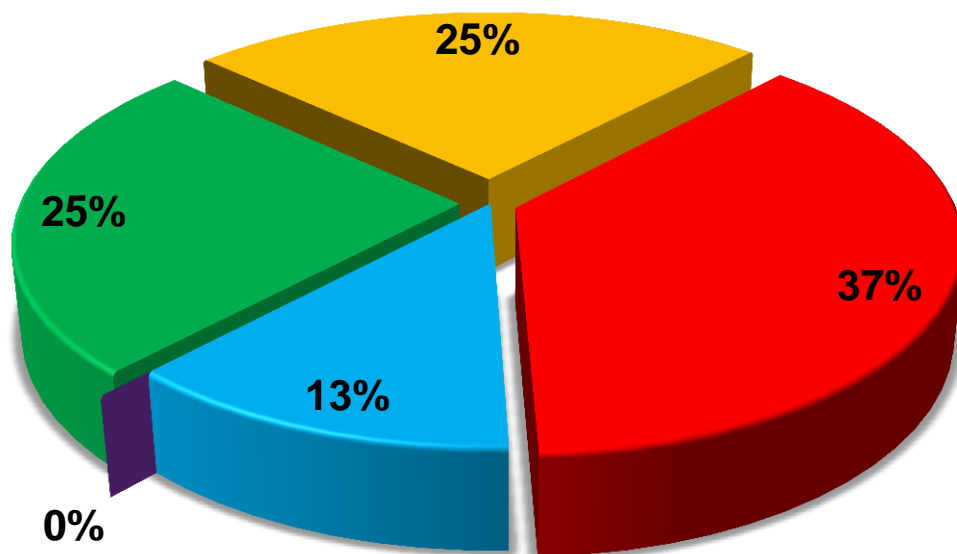
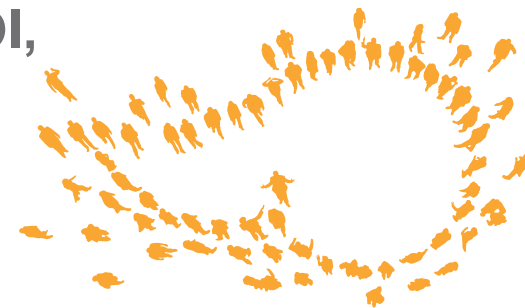
La herramienta que utilizas, te permite medir:



¿Cuentas con algún modelo para cuantificar el valor económico?



En caso de que tengas un modelo para medir el ROI,
¿cada cuánto tiempo realizas una medición del
retorno de inversión en comunicación?



- Cada vez que lo acuerdo con un cliente o proyecto
- Cada mes
- Cada semestre
- Cada año
- Nunca