

PANORAMA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA 2024

Tercera edición



ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO



© 2024 Ipsos

Estimados colegas:

En este 2024, la coyuntura electoral impone retos importantes para las marcas y las empresas: deben encontrar la forma de seguir estando presentes y comunicarse de manera directa, eficaz y respaldando los mensajes con datos concretos.

El contexto actual, en el que vemos la llegada con fuerza de diversas tecnologías emergentes y la irrupción de la Inteligencia Artificial en todas las áreas de los negocios, cobra relevancia el uso de estas herramientas y su aplicación de manera responsable.

Sin duda, este año las iniciativas de comunicación tendrán un mayor enfoque en la innovación y la ciudadanía corporativa, al mismo tiempo que siguen cobrando más relevancia los temas relacionados con la educación, la sustentabilidad y la adaptación a los modelos de trabajo híbridos.

Esta tercera edición del Panorama de la Comunicación Corporativa es nuevamente llevada a cabo por la Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO) y la empresa líder en investigación de mercados, IPSOS. Forma parte de la visión de AMCO que busca generar conocimiento útil y pertinente para nuestro gremio.

Nos complace compartir con ustedes los insights provenientes de esta encuesta anual, que se ha convertido en una referencia imprescindible para la toma de decisiones en materia de Comunicación Corporativa y nos mantiene al tanto de las tendencias, oportunidades, amenazas y, sobre todo, los retos que enfrentan las marcas y las organizaciones en el país.

La puerta está siempre abierta al diálogo y a la colaboración. Sigamos construyendo juntos.



Edgar Rodríguez Olguín
Presidente de AMCO

El Panorama de la Comunicación Corporativa surgió hace unos años con el objetivo de conocer el estado de la comunicación corporativa en nuestro país, así como de reflexionar sobre las tendencias emergentes en nuestra área y los retos que enfrentan los profesionales de la comunicación.

Esta tercera edición muestra el desafío de desarrollar una estrategia de comunicación digital sólida, en un mundo cada vez más digitalizado, que además exige actuar con responsabilidad y ética.

Otro tema que se aborda es la comunicación en este año electoral. Este es un desafío particularmente importante que pone a prueba la habilidad de los comunicadores para transmitir información verificable y precisa, un requisito crucial en tiempos de incertidumbre.

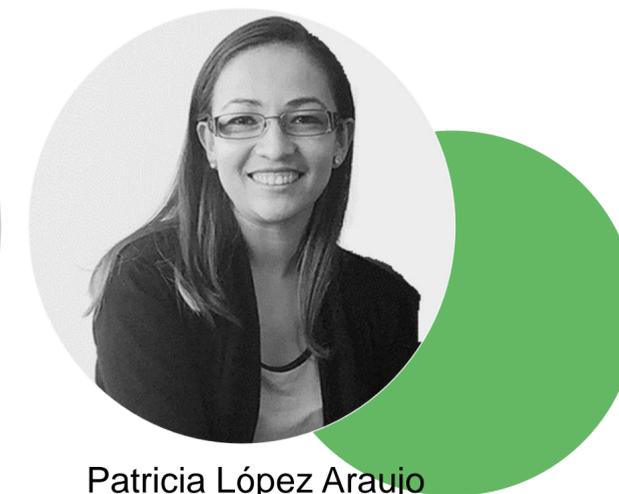
Por último, pero no menos importante, se profundiza en los temas que los comunicadores creen que las empresas deberían estar comunicando. Estos incluyen la innovación y el desarrollo, la ciudadanía corporativa y el propósito corporativo, entre otros. Estos elementos son fundamentales para construir marcas corporativas sólidas y sostenibles a través de nuestras estrategias de comunicación.

Los invitamos a sumergirse en el contenido de este informe, a reflexionar sobre los temas presentados y a contribuir a la discusión y al pensamiento sobre la dirección de la comunicación corporativa en México.

Como siempre, agradecemos a AMCO por la oportunidad de colaborar en este proyecto, así como a todos aquellos profesionales de la comunicación que aportaron sus puntos de vista a través de la encuesta.



Fernando Alvarez Kuri
Group Director,
Ipsos en México



Patricia López Araujo
Corporate Reputation Director,
Ipsos en México

METODOLOGÍA

Tipo de entrevista Online a partir de la base de contactos de AMCO. (AMCO envió la invitación a participar)

Público objetivo Profesionales de la comunicación corporativa en México

150 entrevistas, distribuidas de la siguiente manera:

Muestra

-  Empresas / organizaciones públicas o privadas: 75
-  Agencias / Consultores: 58
-  Academia / investigación: 8
-  Otros: 9

Margen de error +/-8 puntos para un nivel de confianza del 95%.

Fecha de levantamiento Enero-Marzo, 2024



CONTENIDO

01

**Retos y tendencias
para la
comunicación
corporativa**

02

**Inteligencia
Artificial en la
comunicación**

04

**Prácticas de
comunicación
interna**

03

**Audiencias a las
que se dirige la
comunicación**

05

**Prácticas de
comunicación
externa**

Retos y tendencias para la comunicación corporativa



ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO

Durante 2023, el principal reto para los comunicadores corporativos fue la comunicación digital.

Retos para los comunicadores corporativos (% guiada)

	Total		Responsables de comunicación interna		Responsables de comunicación externa	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Base total	169	150	76	65	65	79
Estrategia digital	28	40▲	30	34	34	40
Demostrar la importancia del área de comunicación	33	37	30	34	34	37
RRHH (gestión del capital humano, retención, construcción de equipos de trabajo)	27	32	32	36	28	19
Manejo de la reputación	31	31	25	25	37	35
Mantener informados a los colaboradores	38	24▼	49	44	37	34
Explorar herramientas tecnológicas	17	21	18	16	18	15
Adaptación a la nueva normalidad	32	18▼	29	21	17	19
Continuidad operativa	20	17	18	22	14	20
Mejor eficacia en la inversión publicitaria	8	13	8	8	18	15
Mantener el flujo financiero	6	13▲	3	9	14	11
Preservar la salud de los colaboradores	17	6▼	24	18	5	13

¿Cuáles fueron los principales retos del 2023 para la comunicación corporativa / institucional?

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Al ser 2024 un año electoral, el contexto político impone retos para comunicar de manera eficaz y con datos comprobables.



Principales retos del área de comunicación (% espontánea)



¿Cuál es el principal reto para la comunicación corporativa en general para el 2024?

Base total: 150 entrevistas en 2024, 169 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Para 2024, cobra relevancia el uso de tecnología y la comunicación digital responsable.

Nuevas tendencias en comunicación corporativa (% espontáneo)



¿Cuáles son las nuevas tendencias en comunicación corporativa / institucional para 2024?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Se continúa recomendando que la comunicación se enfoque en innovación & desarrollo y ciudadanía corporativa.



Temas que las empresas deberían de comunicar (%)



¿Sobre qué aspectos consideras que las empresas / organizaciones en general deberían comunicar más?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

97%

vs 96% en 2023

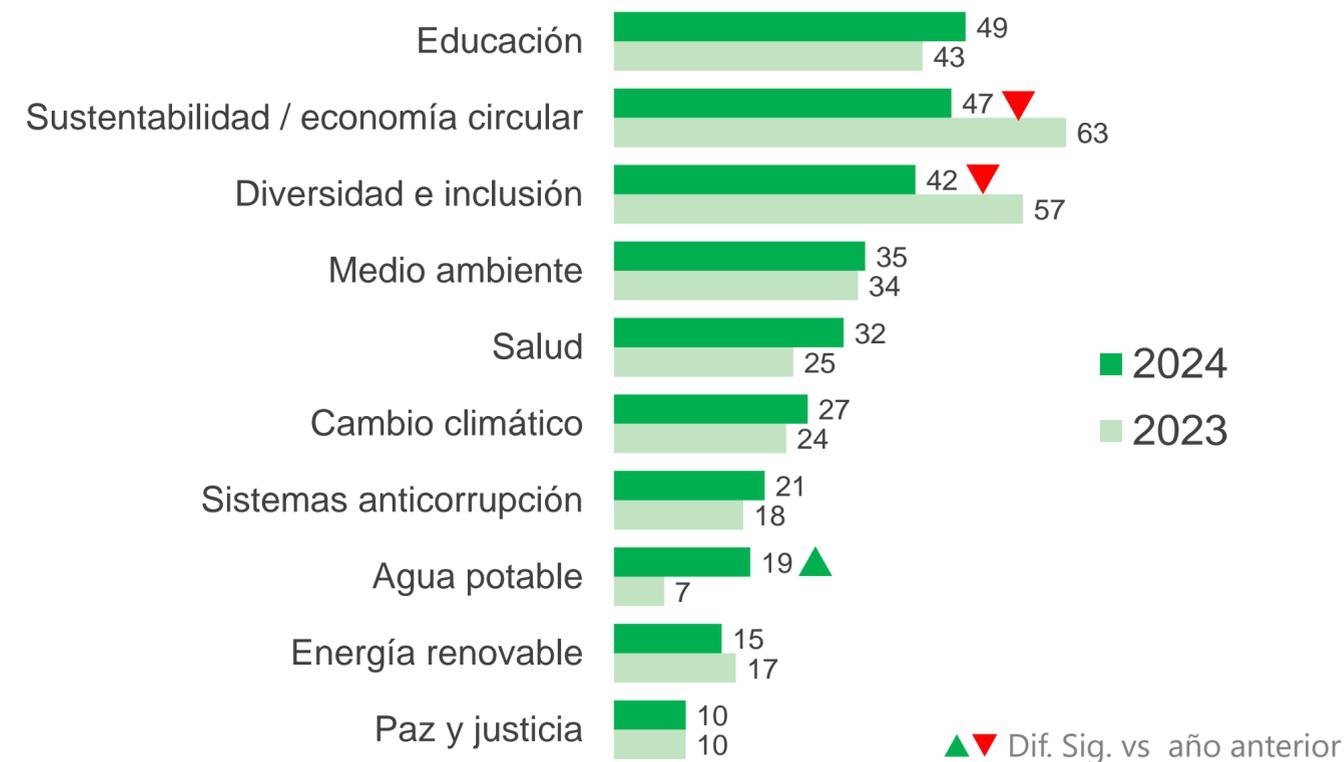
de los comunicadores corporativos considera que las empresas deben tomar partido en causas **Sociales**

¿Consideras que las empresas deben tomar partido en causas sociales / políticas?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Si bien educación y sustentabilidad se siguen considerando las principales causas cobra importancia el problema del agua (en línea con la agenda pública).

Causas que deben de ser apoyadas por las empresas (% guiada)



¿Qué causas consideras que deben ser apoyadas por las empresas?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Se reconoce que el proceso electoral podría representar un riesgo reputacional, pero la opinión está más dividida sobre si la comunicación debe ser más proactiva.

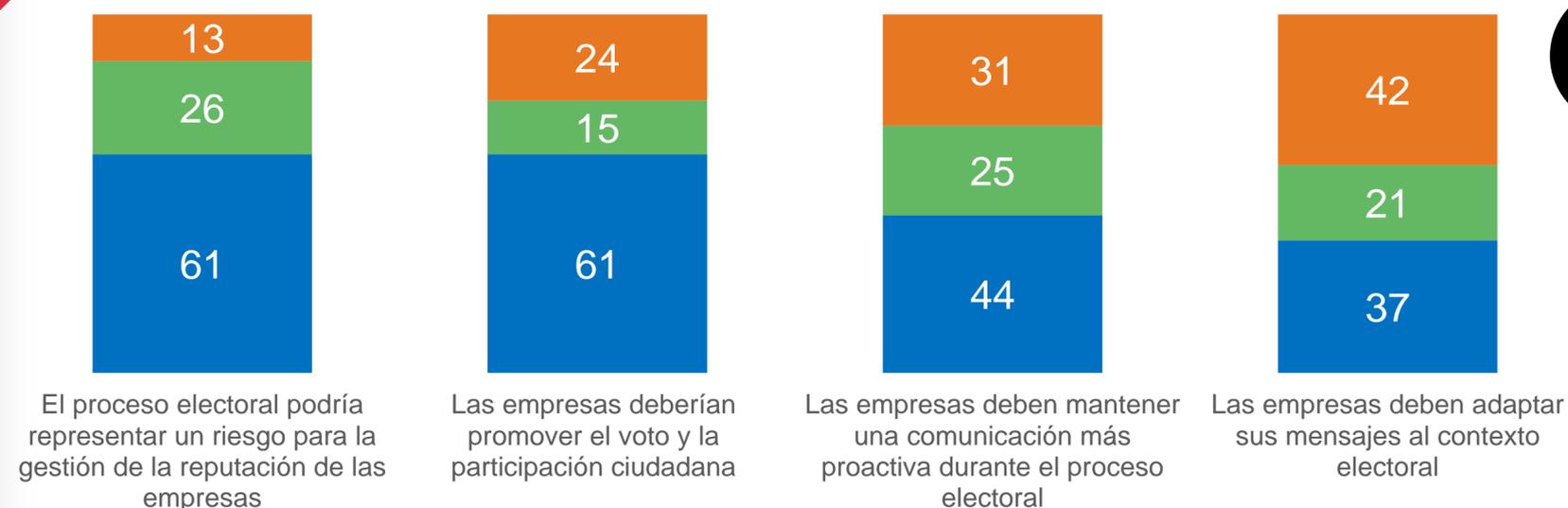
15%

vs 16% en 2023

de los comunicadores corporativos considera que las empresas deben tomar partido en causas Políticas

Posición de las empresas en el proceso electoral (% guiada)

■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo



▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

¿Consideras que las empresas deben tomar partido en causas sociales / políticas?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Pensando en el proceso electoral que se realizará en 2024 ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Un comunicador corporativo debe tener visión estratégica, capacidad analítica, empatía y flexibilidad, entre otras habilidades.

Habilidades más importantes para un comunicador corporativo (% espontáneo)

Hard skills	2023	2024
Visión estratégica	16	19
Capacidad de análisis	15	19
Conocimiento de comunicación	13	11
Manejo de tecnología	5	11 ▲
Visión para los negocios	6	7
Buena redacción	7	6

¿Cuáles son las habilidades más importantes con las que debe contar un comunicador corporativo?

Base total: 150 entrevistas en 2024 , 169 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Sólo se muestran las principales menciones



Soft skills	2023	2024
Empatía	17	19
Adaptabilidad / flexibilidad	20	17
Creatividad	22	16
Buena comunicación interpersonal	6	15 ▲
Saber escuchar	10	13
Asertividad	6	12
Resiliencia	9	10
Innovador	14	8
Liderazgo	10	8
Agilidad de aprendizaje	4	8
Proactivo	4	8
Trabajo en equipo	4	6

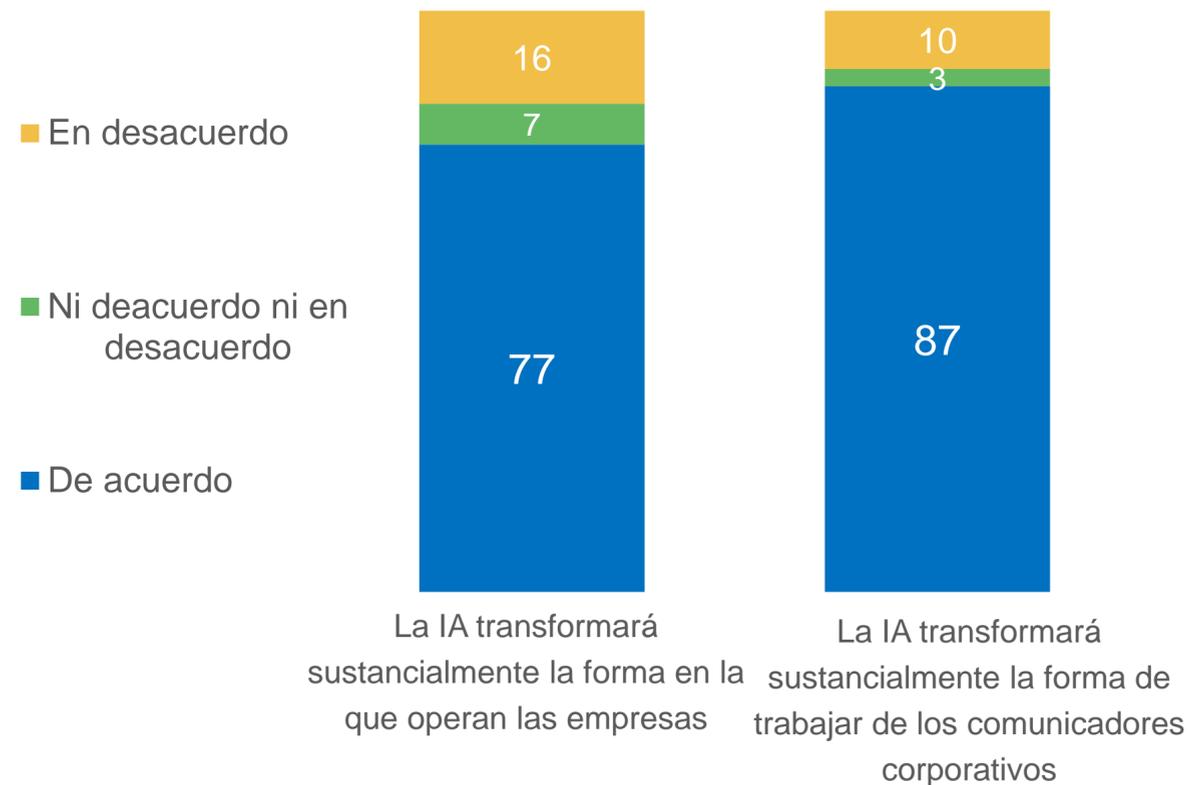
▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

Inteligencia Artificial en la Comunicación



Se considera que la inteligencia artificial cambiará las formas de trabajo.

Impacto de la IA en la transformación de las empresas & la comunicación (%)



¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases?

Base total 2024: 150 entrevistas

Hay cautela en el uso de la IA entre los comunicadores.

Frecuencia de uso de IA (%)

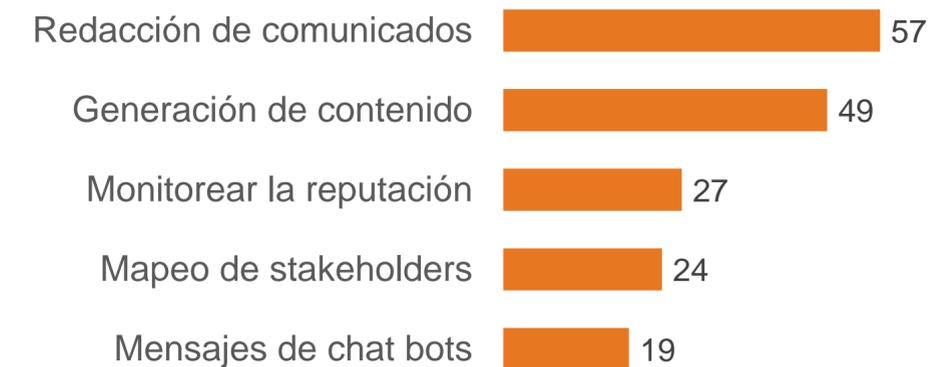


81%

Utiliza o considera utilizar

GPT

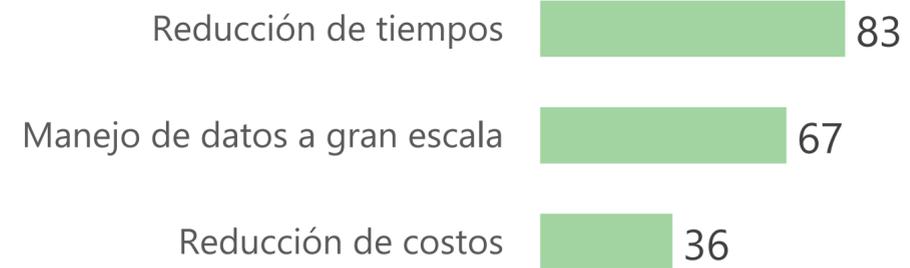
Usos de IA en comunicación (%)



¿Con cuál de las siguientes te identificas más? / ¿Qué funciones o herramientas particulares has utilizado o consideras utilizar? / ¿Qué funciones o para qué tareas específicas has utilizado o consideras utilizar la IA?

Si bien se reconoce que la IA permite eficiencias en tiempos y costos, es importante considerar posibles sesgos en la información y riesgos reputacionales.

Beneficios de IA (%)



Riesgos de IA (%)



¿Cuáles consideras que son los principales beneficios/ riesgos de la inteligencia artificial para la función de comunicación?

Base total 2024: 150 entrevistas



Audiencias a las que se dirige la comunicación

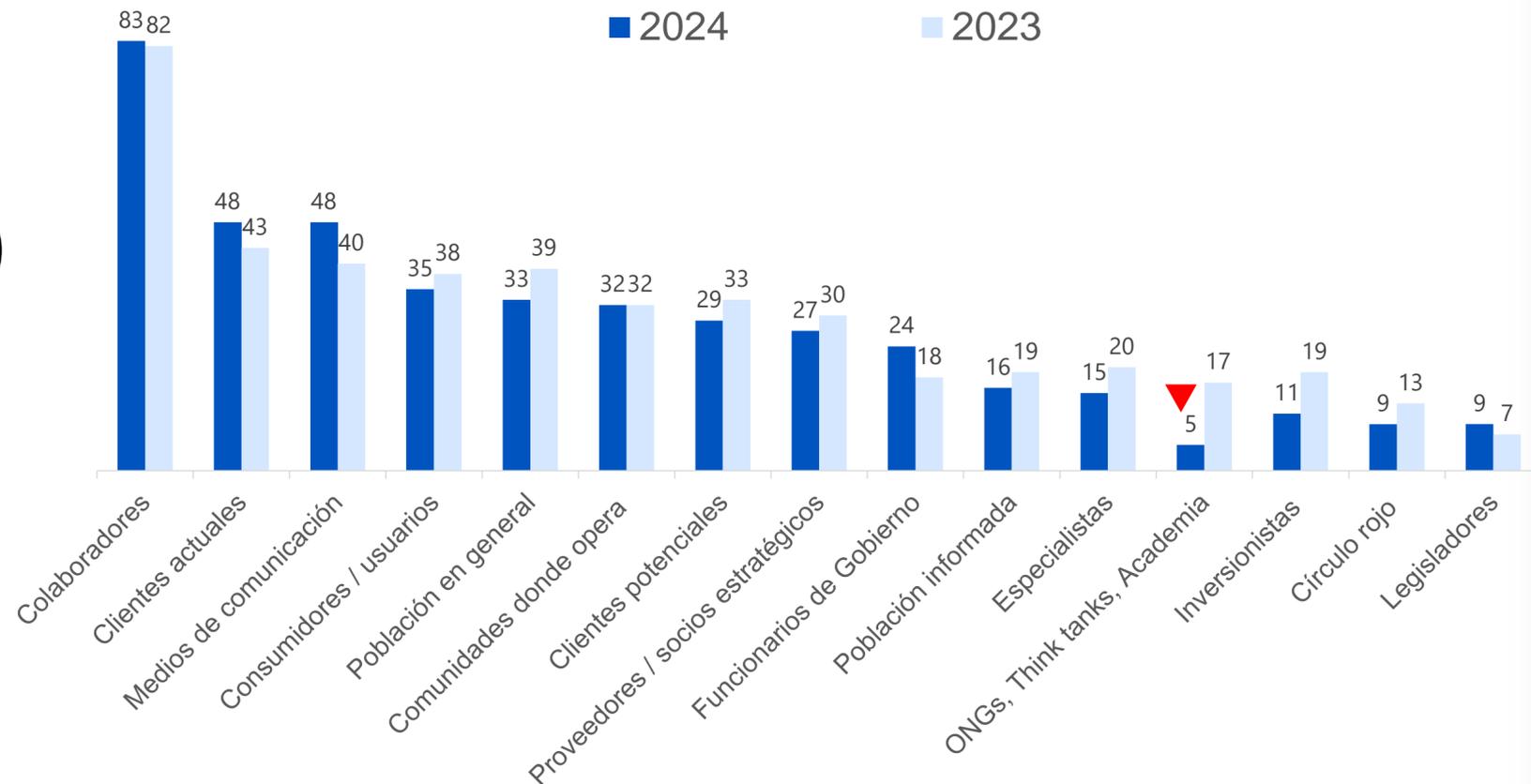


AMCO



Los colaboradores siguen siendo la audiencia más importante y a la que más se le comunica.

Audiencias con las que se comunican las empresas (%)



¿A qué públicos dirigen la comunicación y acciones corporativas / institucionales?

Base empresas y organizaciones: 75 en 2024 y 101 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Audiencias más importantes para las empresas (%)



¿Cuál de estos stakeholders es el más importante para tu empresa / organización hoy en día?

Base empresas y organizaciones: 75 en 2024 y 101 en 2023

La inversión por audiencia refleja estas prioridades.

Audiencias en las que más se invirtió (% Empresas)



¿Cuáles son las tres audiencias en las que más se invirtió en el último año?

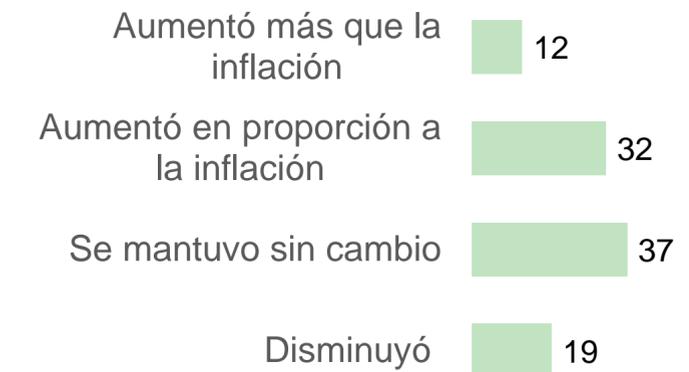
Base empresas y organizaciones: 75 en 2024 y 101 en 2023

Los presupuestos de comunicación tienden a mantenerse en relación con 2023.

73%

de las empresas tiene un presupuesto independiente para comunicación vs 80% en 2023

Variación en el presupuesto 2024 (%)



▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

En relación con el 2023 ¿el presupuesto para 2024 del equipo de comunicación...?

Base empresas y organizaciones: 75 en 2024 y 101 en 2023

Prácticas de comunicación interna



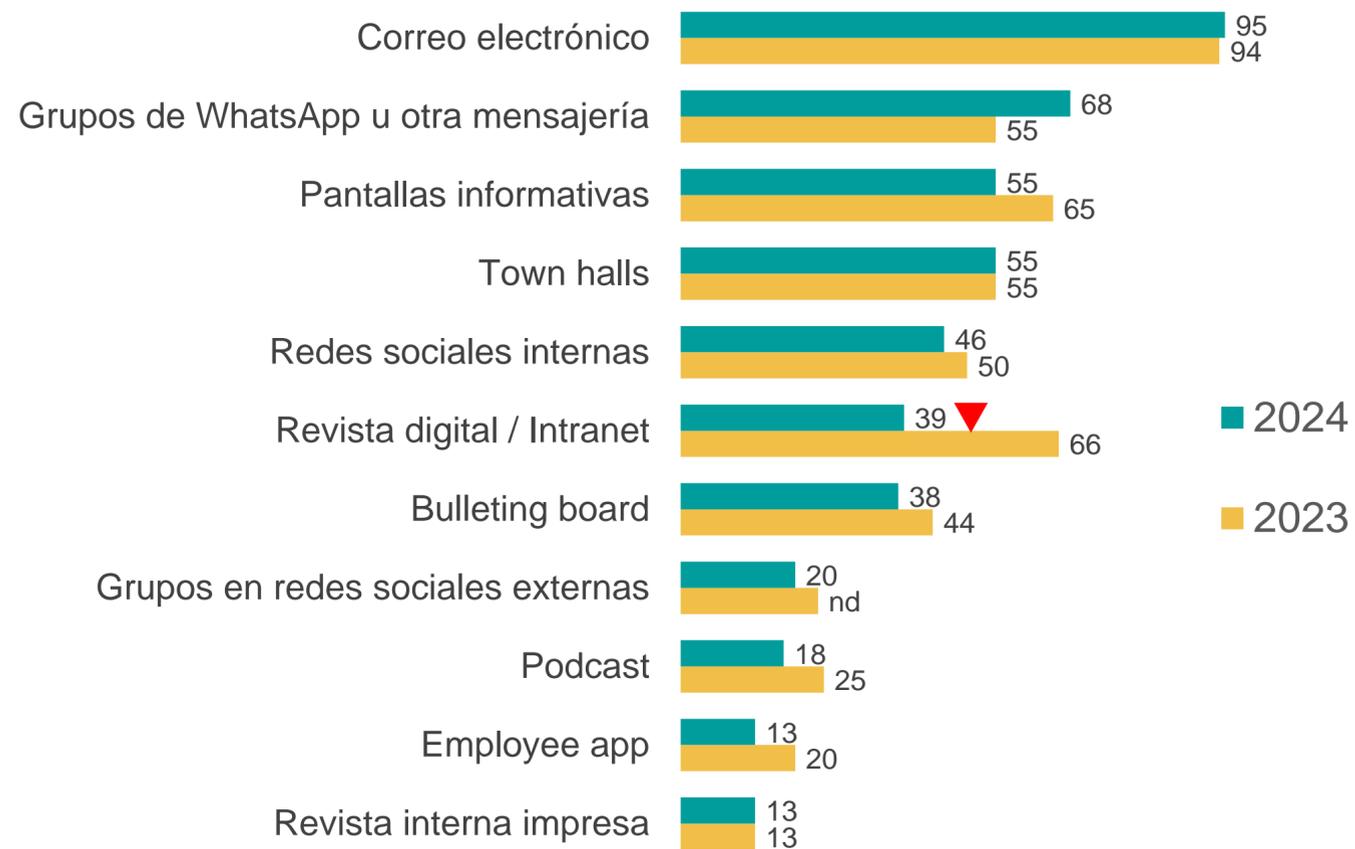
ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO



El correo electrónico sigue siendo el principal medio para comunicarse con los colaboradores.

Canales utilizados para la comunicación interna (% guiado)



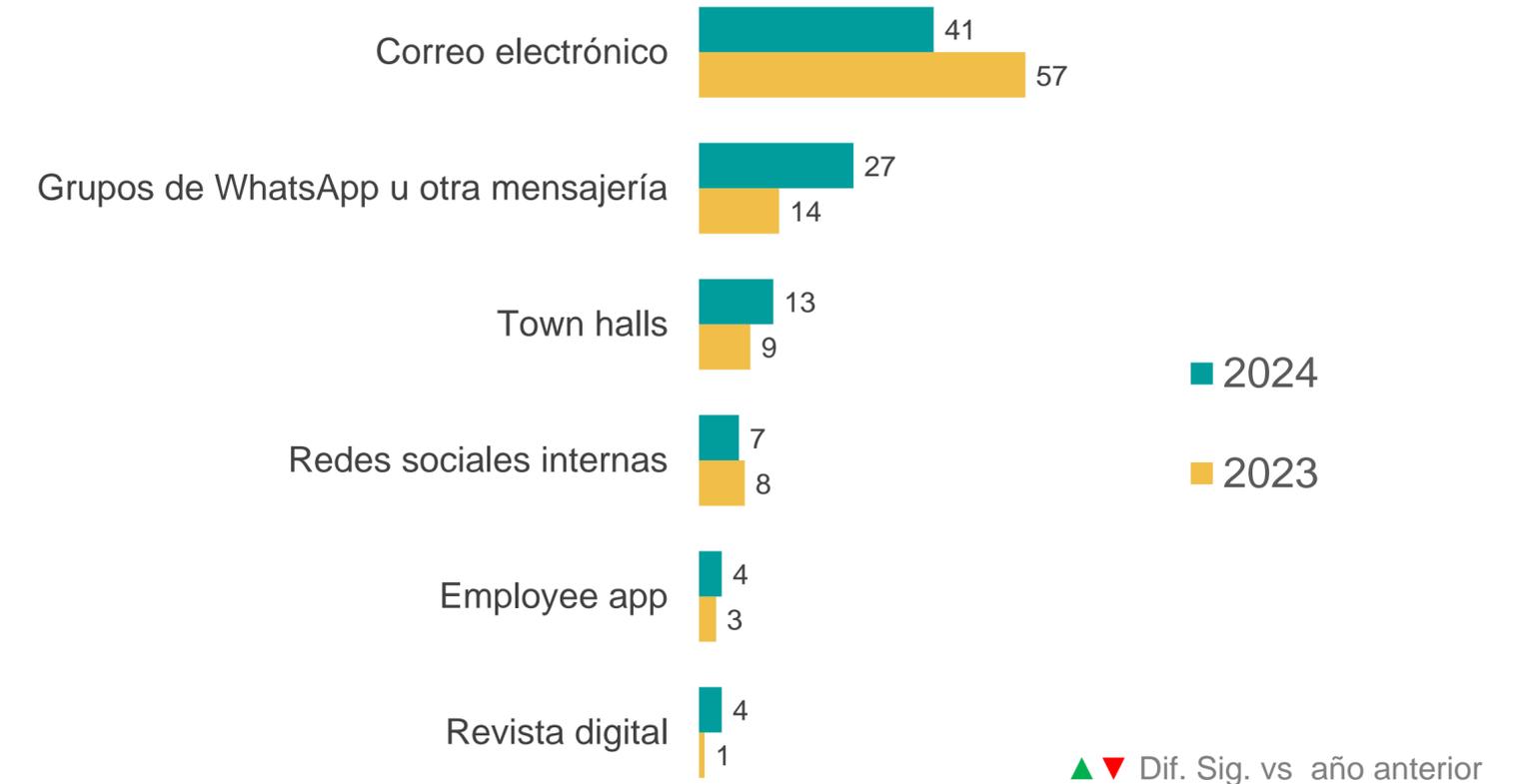
¿Cuáles de los siguientes medios utilizas para comunicarte con los colaboradores de tu empresa / organización?

Base responsables de comunicación interna: 56 en 2024 y 76 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

También se considera el más efectivo entre los responsables de comunicación interna.

Canales más efectivos para la comunicación interna (% guiado, responsables de comunicación interna)



¿Cuál de estos medios es el más efectivo para comunicarte con los colaboradores de tu empresa / organización?

Base responsables de comunicación interna: 56 en 2024 y 76 en 2023



Agencias /
Consultores

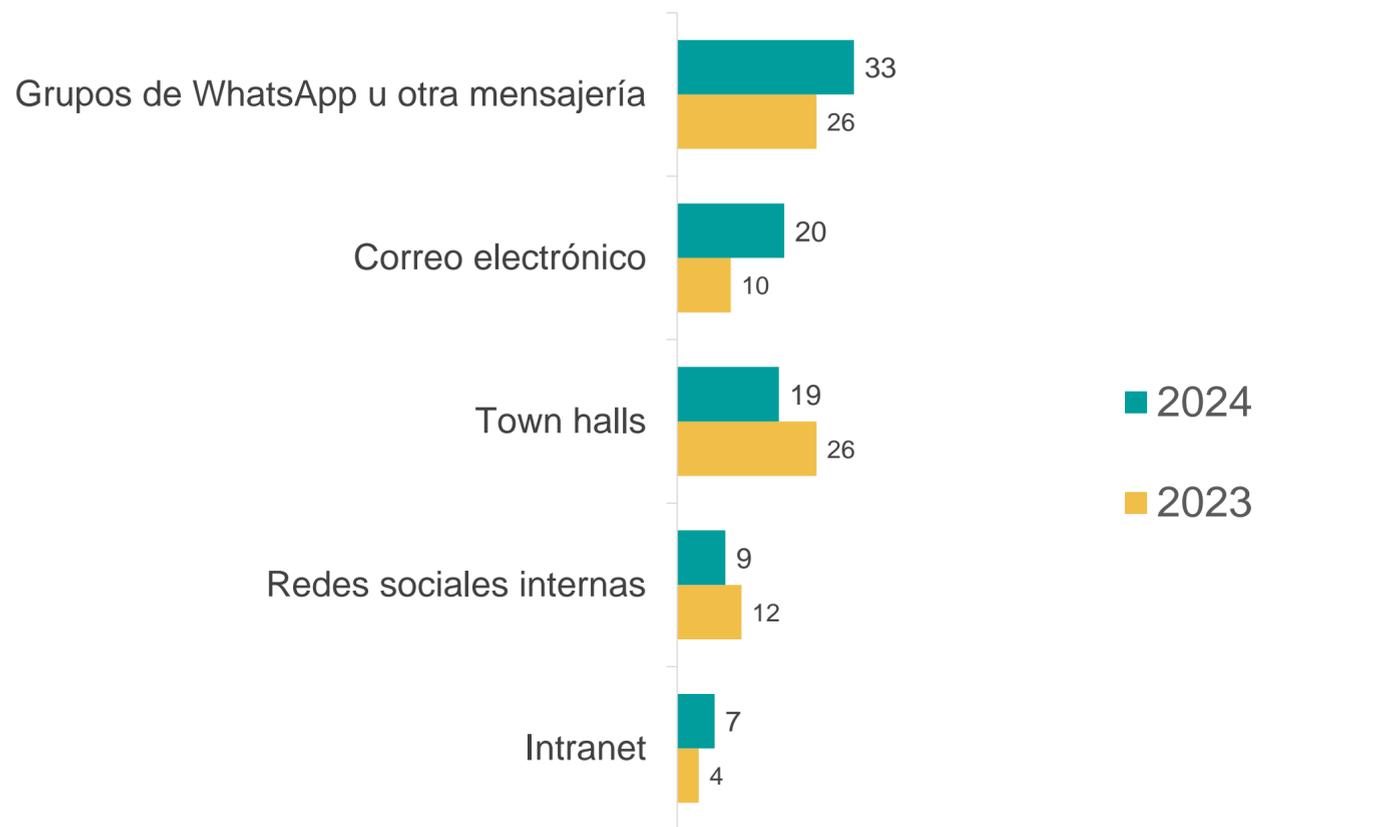


Academia /
investigación

Lo mismo entre consultores, agencias y académicos.

Canales más efectivos para la comunicación interna

(% guiado, Consultores, agencias y académicos)



▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

¿Cuál consideras que es el medio más efectivo para que las empresas / organizaciones se comuniquen con sus empleados?

Base responsables de comunicación interna: 56 en 2024 y 76 en 2023



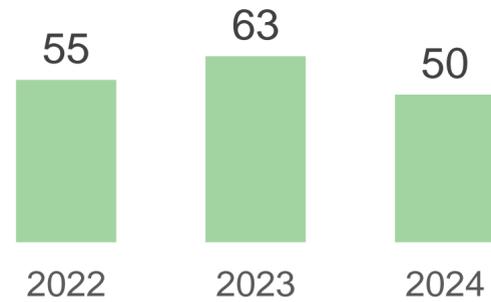
ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO



La mitad de las empresas miden sus esfuerzos de comunicación interna.

Empresas que miden la comunicación interna (%)



Métricas utilizadas (% guiado)

	2023	2024
Indicadores de alcance / conocimiento de mensajes o iniciativas	56%	57%
Percepción / compromiso de los colaboradores	46%	75%
Tasas de asistencia / participación	44%	46%
Mensajes vistos	42%	39%
Tasa de clicks (open rates)	38%	54%
Porcentaje de comentarios y diálogos	21%	39%
Número de posts diarios	10%	14%
Estudio de comunicación	6%	4%

¿Tienen métricas para saber si la comunicación interna funciona o no? ¿Cuáles?

Base responsables de comunicación interna en organizaciones: 56 en 2024 y 76 en 2023

Base empresas que miden la comunicación interna: 28 en 2024 y 48 en 2023.

Lo más recomendado es medir la percepción y compromiso de los colaboradores.

Métricas recomendadas para la comunicación interna (% guiado, Consultores, agencias y académicos)

	2023	2024
Percepción / compromiso de los colaboradores	60%	59%
Indicadores de alcance / conocimiento de mensajes o iniciativas	43%	47%
Tasas de asistencia / participación	29%	40%
Porcentaje de comentarios y diálogos	25%	25%
Mensajes vistos	9%	17%
Tasa de clicks (open rates)	7%	13%
Estudio de comunicación	-	3%

▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

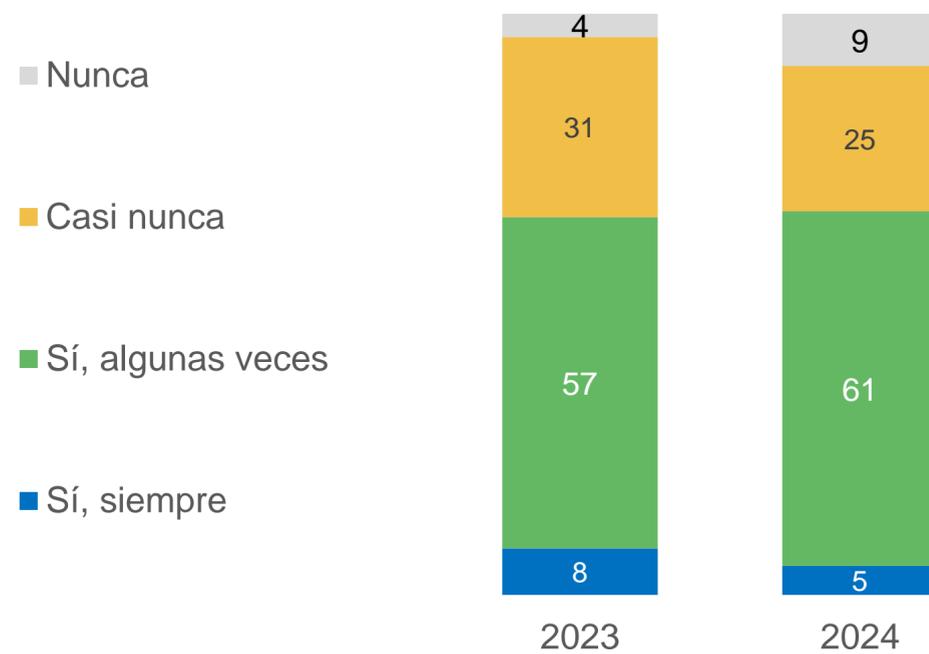
¿Cuáles son las métricas que recomendarías usar para determinar si la comunicación interna funciona o no?

Base consultores, agencias y expertos: 75 en 2024 y 68 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

2 de cada 3 consideran que la comunicación interna es la misma que con otras audiencias....

La comunicación es la misma para colaboradores que con otras audiencias (%)

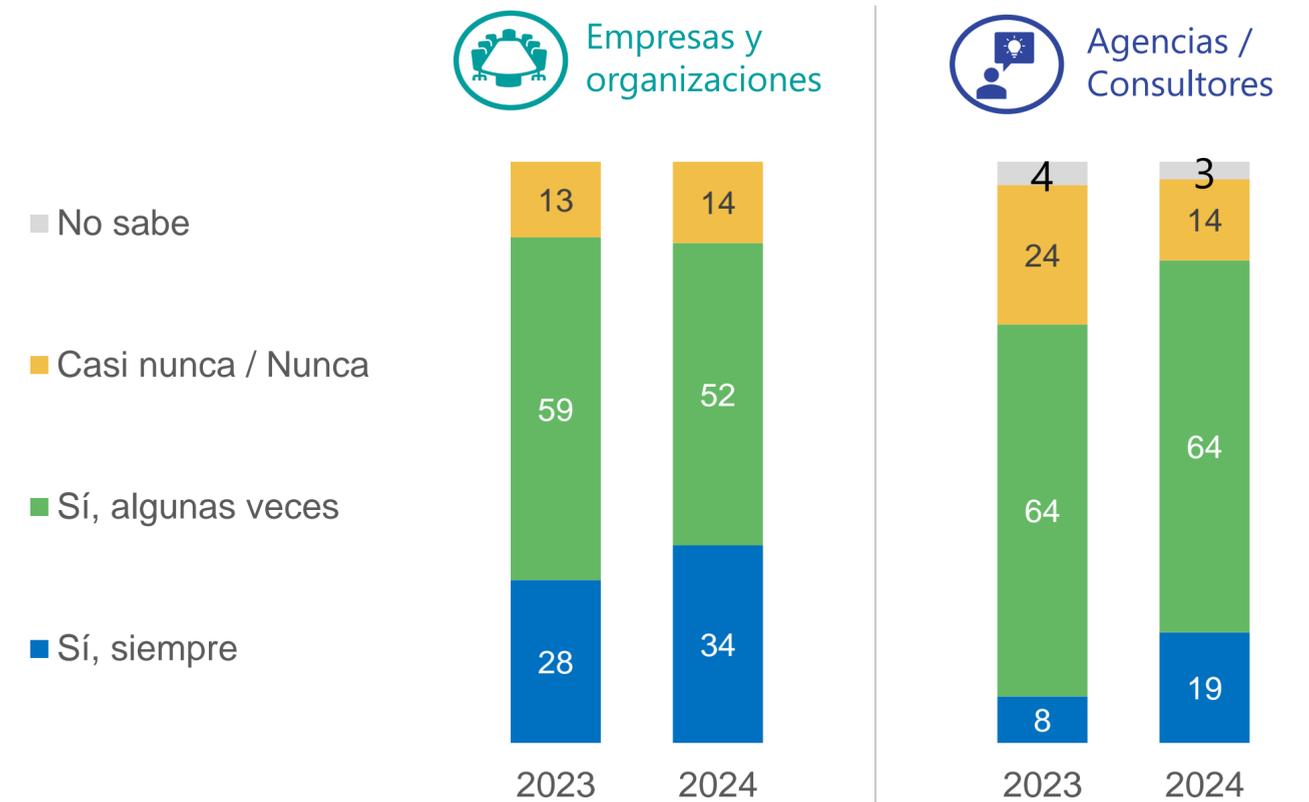


¿La comunicación sobre campañas y acciones de la empresa/organización es la misma para colaboradores que con otras audiencias?

Base responsables de comunicación interna en organizaciones: 56 2024 y 76 en 2023

Y que, en general, va en línea con la comunicación externa.

Alineación entre la comunicación interna y la externa (%)



¿Consideras que la comunicación interna está alineada con la externa?

En el caso de tus clientes ¿consideras que la comunicación interna está alineada con la externa?

Base responsables de comunicación interna en organizaciones: 56 2024 y 76 en 2023

Base consultores y agencias: 58 en 2024 y 50 en 2023

▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

Prácticas de comunicación externa



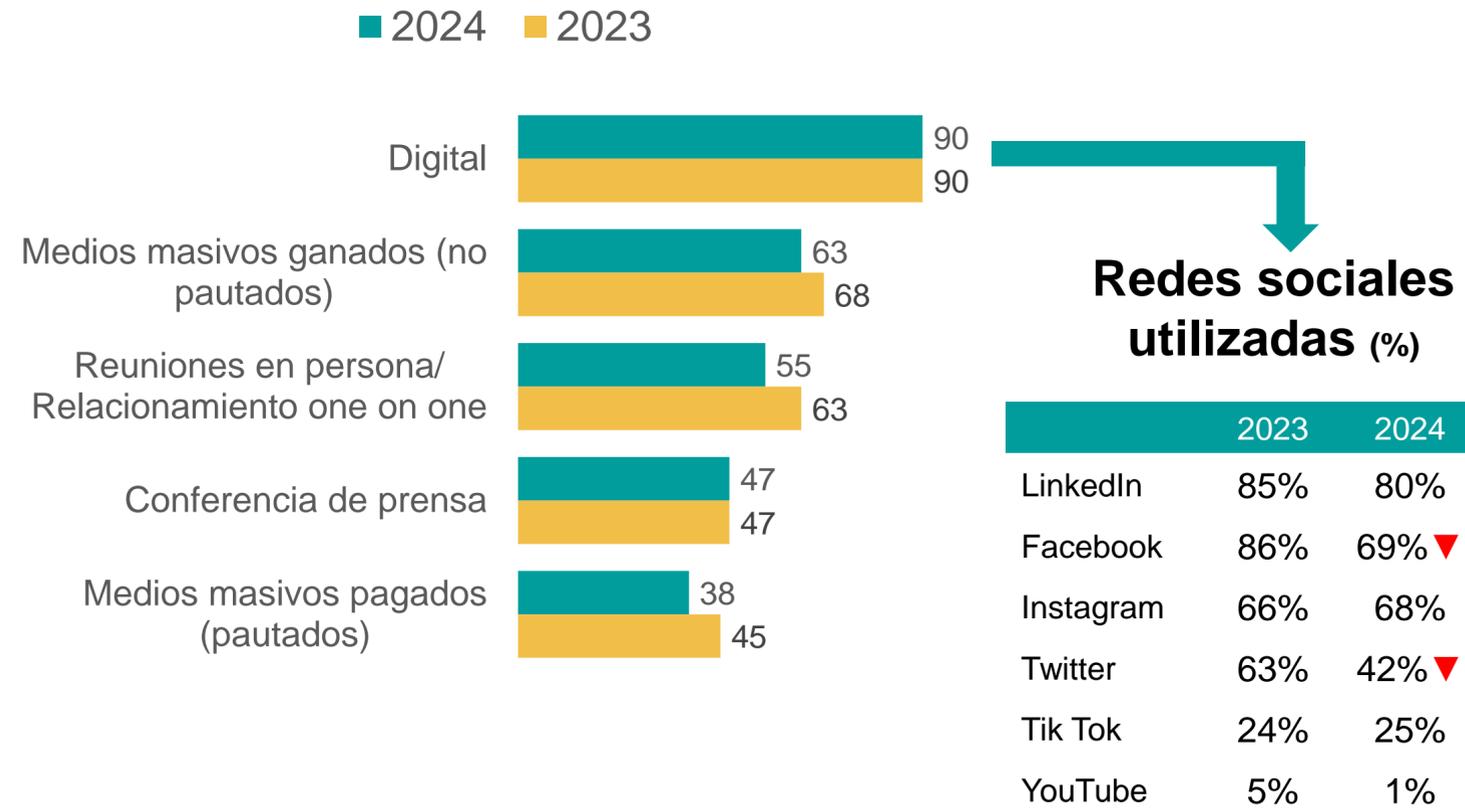
ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO



Los medios digitales son los más utilizados para la comunicación con audiencias externas.

Canales utilizados para la comunicación externa (% guiado, netos)



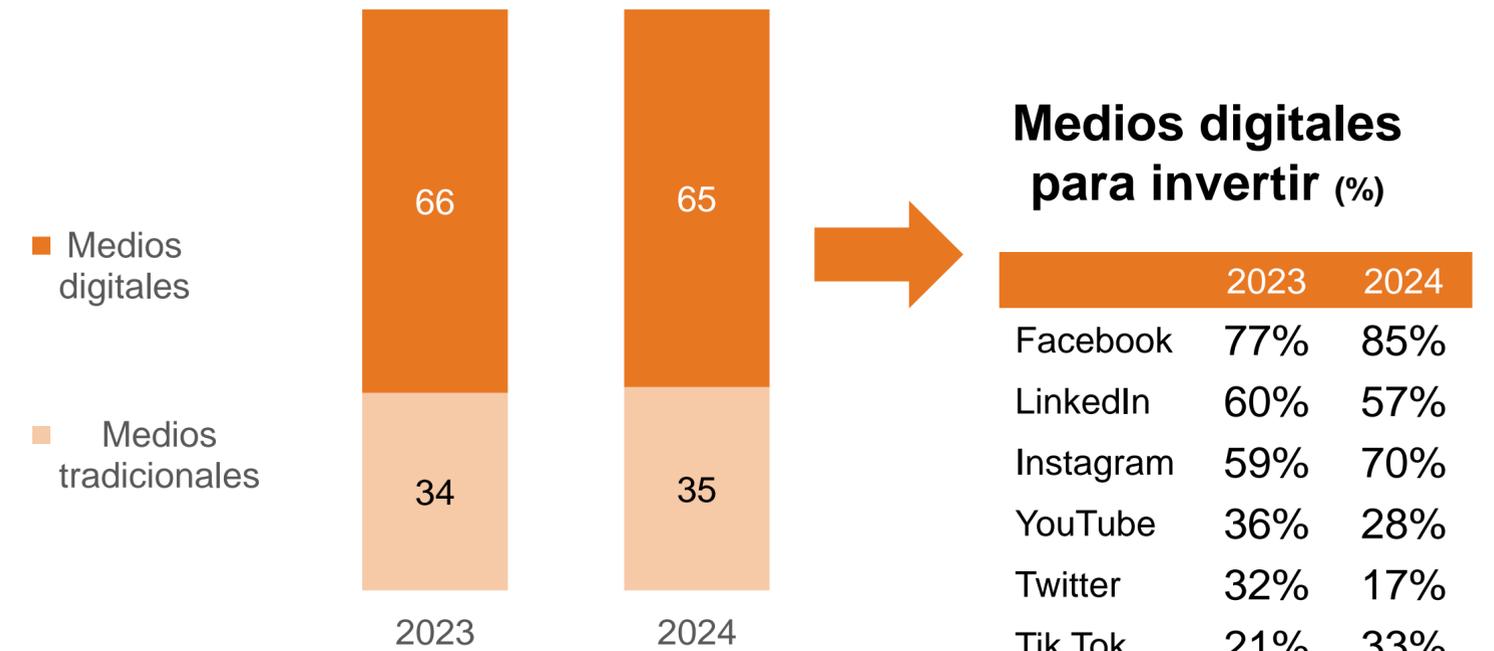
¿Cuáles de los siguientes medios utilizas para comunicarte con los stakeholders externos?

Base responsables de comunicación externa: 46 en 2024 y 65 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Y también en los que más se invierte.

Distribución del presupuesto (%)



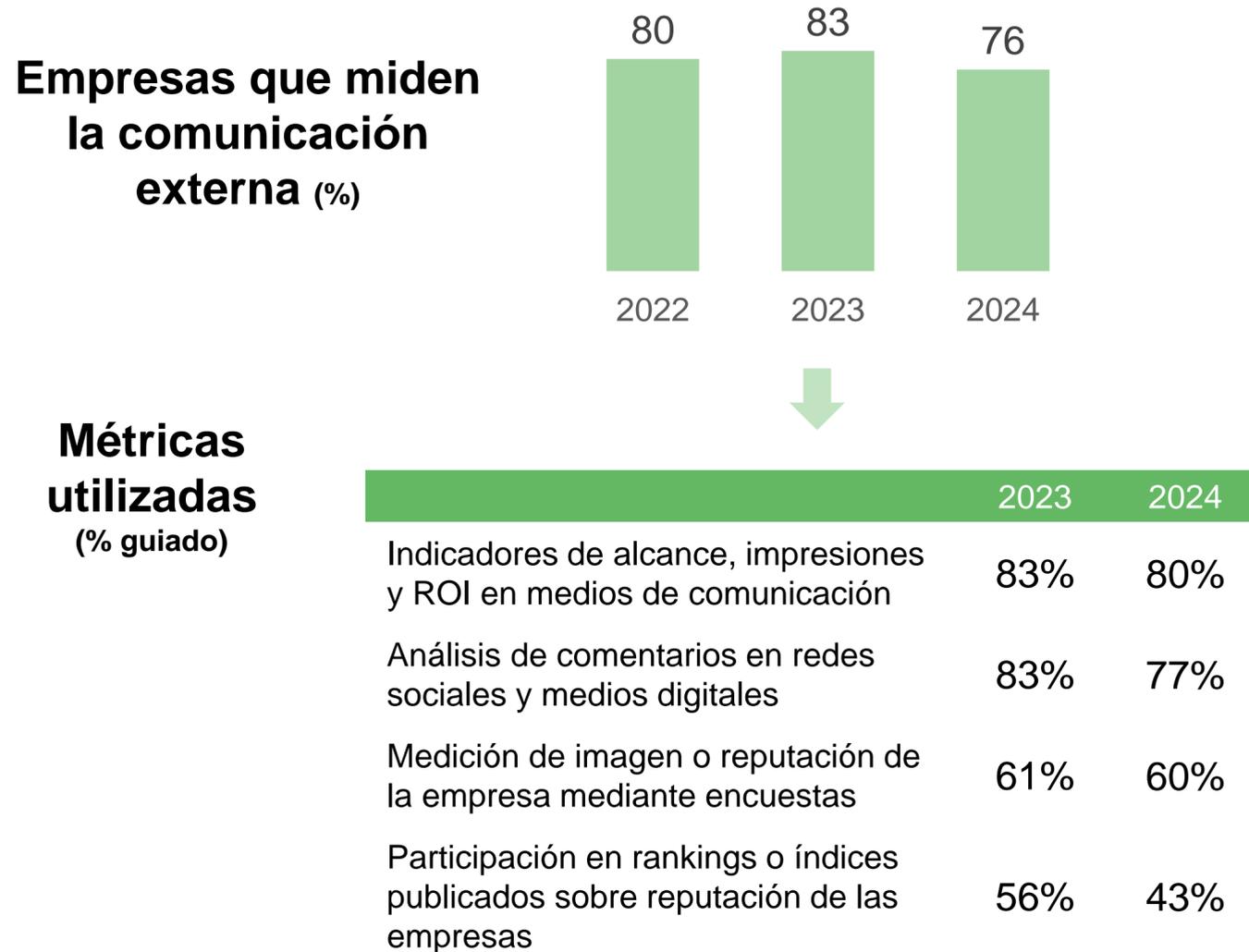
▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

Este año, ¿cómo piensas distribuir tu presupuesto de comunicación?

¿Cuáles son los 3 medios digitales donde invertirás la mayor parte de tu presupuesto durante el año?

Base empresas y organizaciones: 75 en 2024 y 101 en 2023

Los indicadores de alcance son los más utilizados para medir la comunicación externa.



¿Tienen métricas para saber si la comunicación externa funciona o no? ¿Cuáles?

Base responsables de comunicación externa: 46 en 2024 y 65 en 2023

Base empresas que miden la comunicación externa: 35 en 2024 y 54 en 2023

La medición de imagen o reputación de la empresa es la métrica más recomendada para evaluar la comunicación externa.

Métricas recomendadas para la comunicación externa (% guiado, Consultores, agencias y académicos)

	2023	2024
Medición de imagen o reputación de la empresa mediante encuestas	75%	75%
Indicadores de alcance, impresiones y ROI en medios de comunicación	48%	68%▲
Análisis / cuantificar comentarios en redes sociales y medios digitales	46%	53%
Participación en rankings o índices publicados sobre reputación de las empresas	35%	27%

▲▼ Dif. Sig. vs año anterior

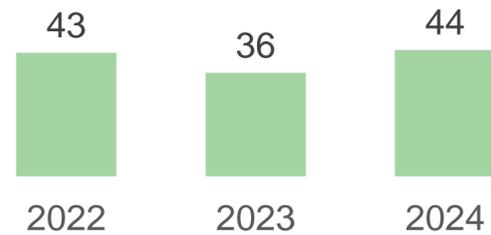
¿Cuáles son las métricas que recomendarías usar para determinar si la comunicación externa funciona o no?

Base consultores, agencias y expertos: 75 en 2024 y 68 en 2023

Los porcentajes no suman 100% por tratarse de respuestas múltiples

Los responsables de la comunicación externa utilizan en mayor medida a especialistas al comunicarse con sus stakeholders externos.

Uso de influencers en comunicación externa (%)



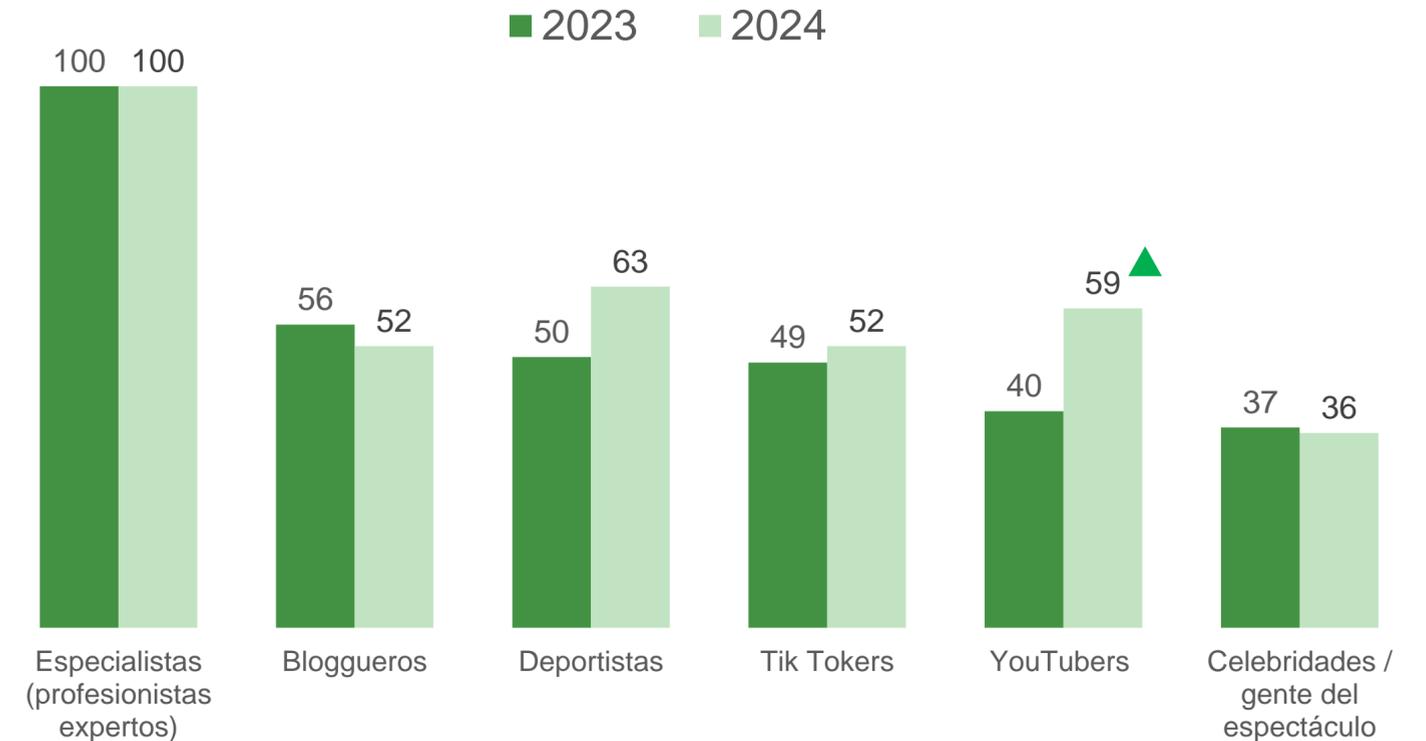
Tipo de influencers utilizados (%)	2023	2024
Especialistas (profesionistas expertos)	75%	64%
Celebridades / gente del espectáculo	50%	52%
YouTubers	42%	21%
Tik tokers	36%	30%
Blogueros	31%	27%
Deportistas	28%	30%
Líderes de organización	-	6%

¿Utilizan algún influencer o KOL para comunicarse con sus stakeholders externos?
 ¿Qué tipo(s) de influencer(s) o KOL utilizan para comunicarse con sus stakeholders externos?

Base responsables de comunicación externa: 46 en 2024 y 65 en 2023

En línea con la recomendación de los consultores, agencias y académicos.

Recomendación para el uso de influencers (% Consultores, agencias y académicos)



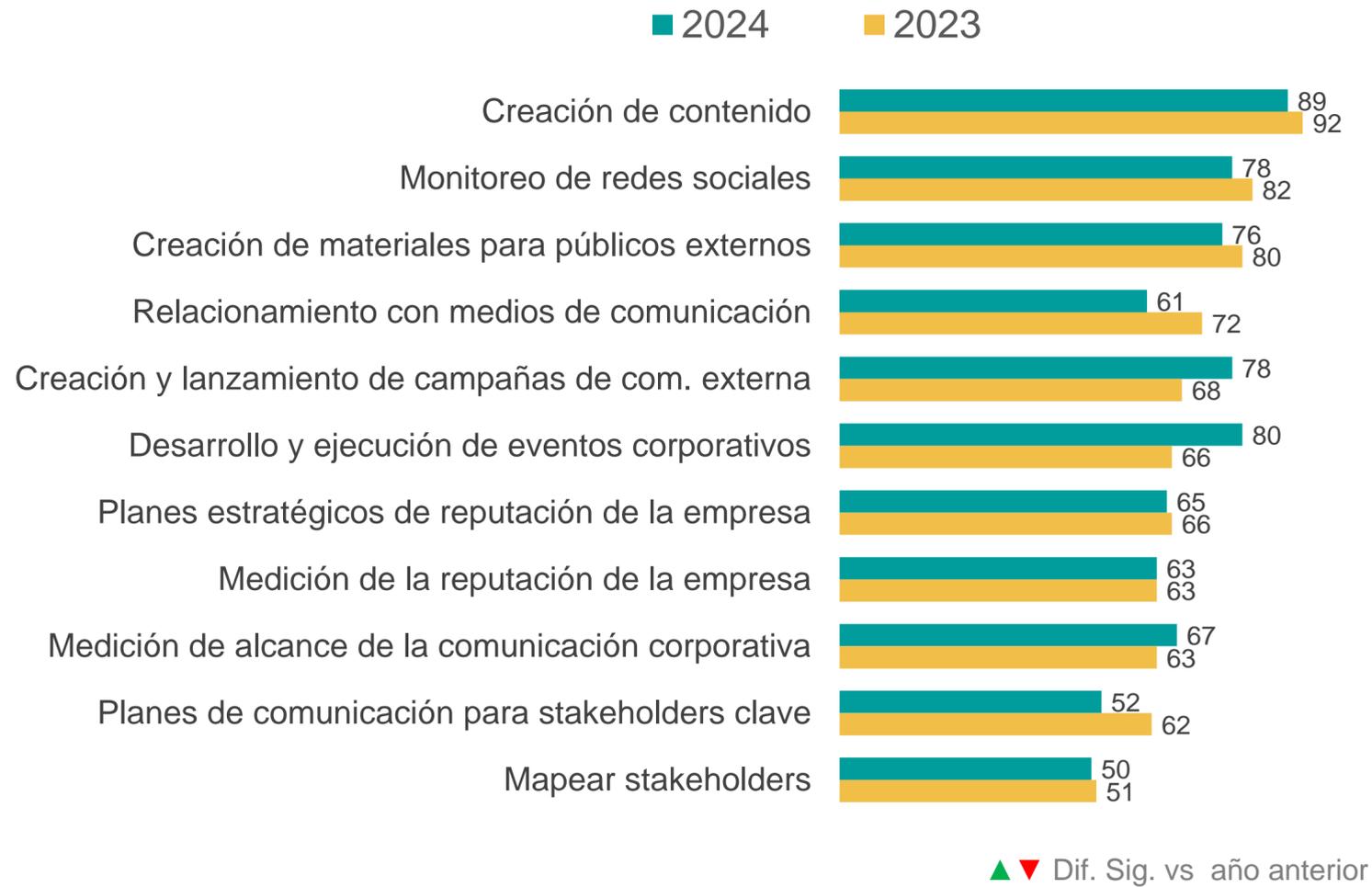
▲ ▼ Dif. Sig. vs año anterior

¿Recomendarías el uso de los siguientes tipos de influencers o KOLs para que las empresas/organizaciones se comuniquen con stakeholders externos?

Base consultores, agencias y expertos: 75 en 2024 y 68 en 2023

Las principales actividades en comunicación externa son crear contenido y materiales, y monitorear redes sociales.

Actividades que se realizan en la comunicación externa (% guiada)



¿Cuáles de las siguientes tareas realizan?

Base responsables de comunicación externa: 46 en 2024 y 65 en 2023



GRACIAS



ASOCIACIÓN MEXICANA DE COMUNICADORES

AMCO

