

Tecpetrol

# Reporte de Medios

Marzo 2011



**3 Comunicaciones Estratégicas**

{ pasión por la comunicación }

# Metodología de la Investigación

## OBJETIVO PRINCIPAL

Conocer resultados de las acciones de comunicación obtenidas a través de las informaciones difundidas por los medios masivos de comunicación.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar canales de distribución de información, actores/voceros y temáticas.

Establecer resultado y evolución del desempeño mediante indicadores cuantificables.

## UNIDAD DE ANÁLISIS

Informaciones difundidas por los medios de comunicación, incluidos en la cobertura de 3 Comunicaciones Estratégicas que contengan la mención explícita de Tecpetrol o empresas del sector (ver variables de análisis). Archivo estimado de informaciones a relevar: 2.500 noticias).

## PERÍODO DE ANÁLISIS

Marzo 2011.

## VARIABLES DE ANÁLISIS

*Ponderación:* informaciones positivas, neutrales y negativas.

*Medio:* Diario, Radio, TV e Internet

*Empresa:* menciones de Tecpetrol, YPF, Pan American Energy, Petrobrás, Oxy, Sipetrol, Apache, Chevron, Plus Petrol, Petrobras, Oil M&S, Capsa, entre otras.

# Medios Relevantados

## MEDIOS GRÁFICOS

Diario Crónica - Comodoro Rivadavia  
Diario Jornada - Trelew  
Diario El Patagónico - Comodoro Rivadavia  
Diario La Prensa de Santa Cruz - Caleta Olivia  
Diario Tiempo Sur - Río Gallegos

## MEDIOS RADIALES

Aire Patagónico - Comodoro Rivadavia  
FM Plus - Comodoro Rivadavia  
LU4 Radio Patagonia Argentina - Comodoro Rivadavia  
Radio Crónica - Comodoro Rivadavia  
Radio Del Mar - Comodoro Rivadavia  
Radio Visión - Comodoro Rivadavia

## MEDIOS TELEVISIVOS

Canal 3 - Comodoro Rivadavia  
Canal 9 - Comodoro Rivadavia  
Canal 7 - Rawson

## INTERNET

El Chubut - Trelew  
El Oeste - Esquel  
El Diario de Madryn - Puerto Madryn  
El Periódico Austral - Río Gallegos  
La Opinión Austral - Río Gallegos  
Opi Santa Cruz - Río Gallegos  
Prensa Libre - Río Gallegos  
El Sur Hoy - Pico Truncado  
Infochubut - Trelew  
Rawsonline - Rawson  
La Mañana - Neuquén  
Río Negro - Río Negro  
El Diario del Fin del Mundo - Ushuaia  
Sur 54 - Ushuaia  
Ushuaia Noticias - Ushuaia  
Tiempo Fueguino - Ushuaia  
El Sureño - Río Grande  
Provincia 23 - Río Grande

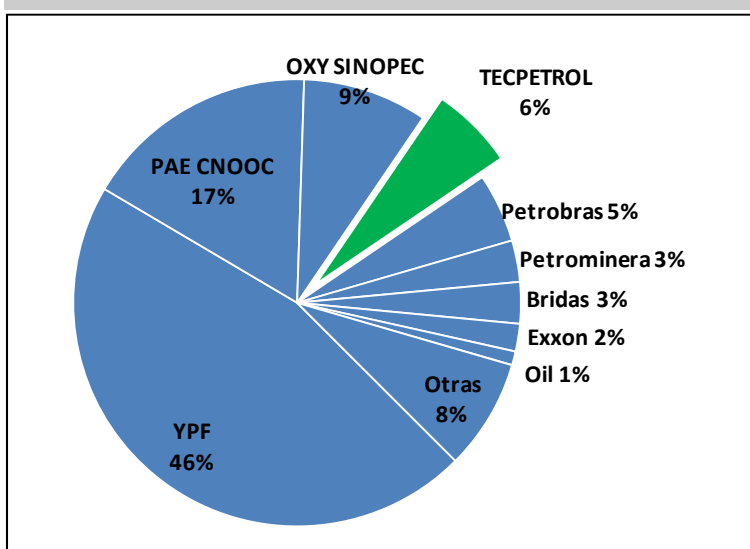
# Desempeño y Exposición

En el mes de Marzo 2011, Tecpetrol obtuvo una participación del 6% del total de noticias que hicieron referencia a operadoras petroleras, ubicándose en la cuarta posición del ranking del período analizado, luego de YPF, PAE y SINOPEC.

Con respecto al desempeño mediático de la Compañía, el 70% de las informaciones fue calificado como “neutro”. Por otro lado, el 27% obtuvo una valoración positiva, manifestando una variación ascendente de 58 puntos porcentuales en comparación con Febrero de 2011.

En términos generales, el resultado alcanzado en Marzo fue 4 veces mayor al registrado en el análisis de mes anterior.

## Participación Principales Empresas en Medios SECTOR PETROLERO -Según Cantidad de Informaciones-



Base: 570 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

## Resumen Presencia en Medios del Sector MARZO 2011

	Informaciones Positivas	Positivo (%)	Informaciones Neutrales	Neutral (%)	Informaciones Negativas	Negativo (%)	Total
TECPETROL	9	27	23	70	1	3	33
YPF	50	19	185	71	29	10	264
PAE CNOOC	9	9	71	73	17	18	97
OXY SINOPEC	11	21	41	79	-	0	52
Petrobras	10	33	16	54	4	13	30
Petrominera	3	17	13	72	2	11	18
Bridas	2	13	13	87	-	0	15
Exxon	-	0	10	100	-	0	10
Oil	4	57	3	43	-	0	7
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>17</b>	<b>375</b>	<b>72</b>	<b>53</b>	<b>11</b>	<b>526</b>

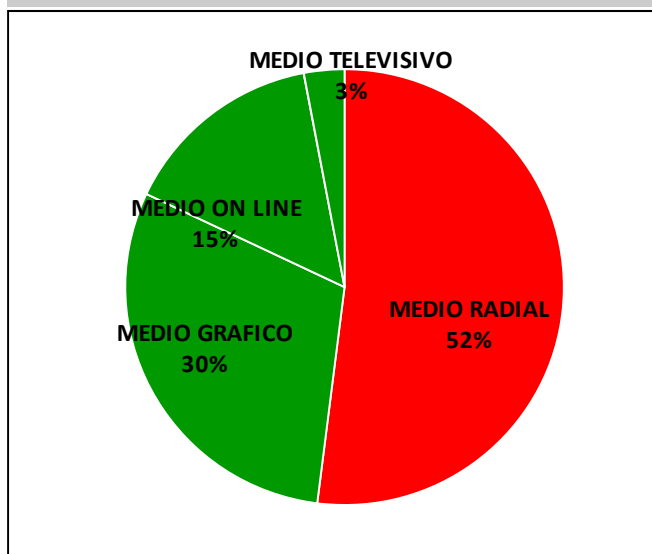
(\*) En la tabla se excluyen aquellas operadoras petroleras incluidas en la categoría "Otras", del gráfico anterior.

# Estructura Mediática

Durante el mes de Marzo, la mayor cantidad de registros tuvo lugar en medios informativos radiales con el 52% del total. Luego se ubicaron los medios gráficos y los medios *on line*, con el 30% y 15% respectivamente.

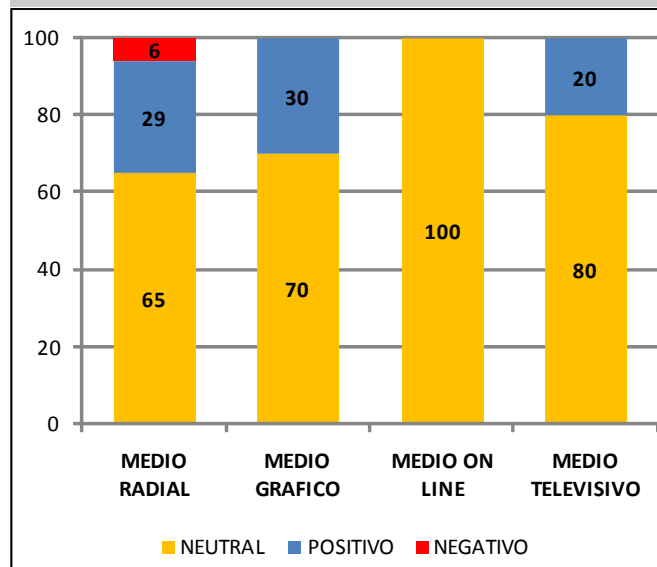
Al igual que en Febrero, las informaciones negativas ocuparon únicamente el 6% de las noticias radiales. A su vez, los medios gráficos dieron lugar al mayor porcentaje de resultados positivos, con el 30% de las referencias.

**Estructura Mediática TECPETROL**  
-Cantidad de Informaciones-



Base: 33 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

**Estructura Mediática TECPETROL**  
-Según Ponderación- (%)



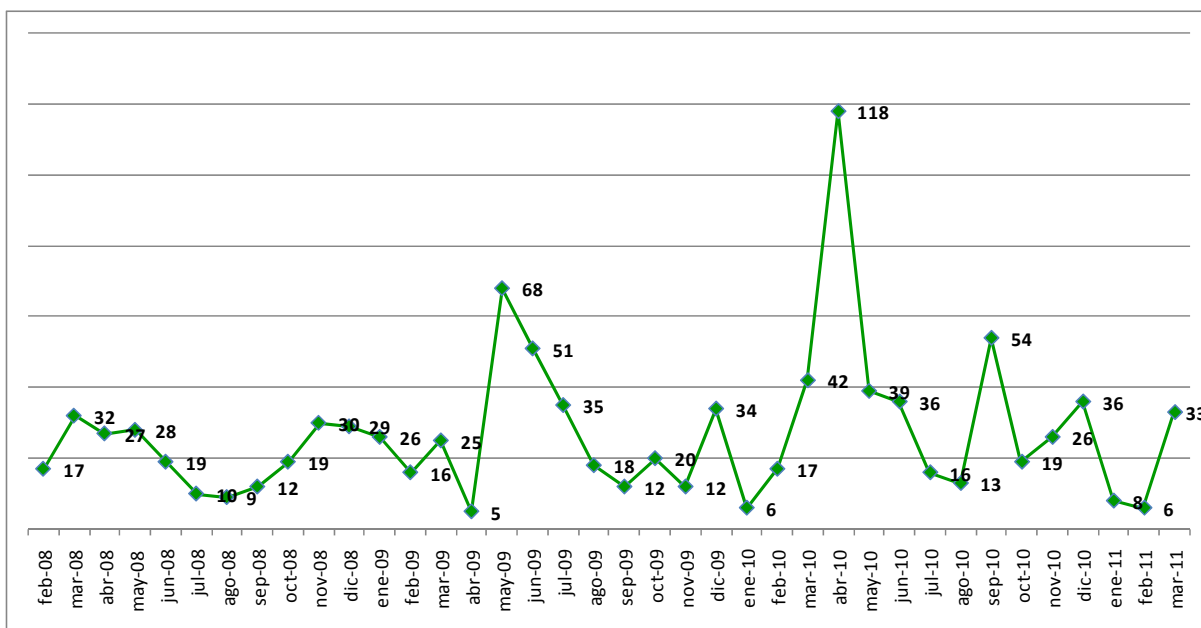
Base: 33 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

# Evolución Mensual - Exposición

Con respecto al mes de Febrero 2011, el análisis actual expresa que las informaciones relacionadas con Tecpetrol experimentaron un ascenso cuantitativo de 81 puntos porcentuales.

Sin embargo, se observa una variación negativa de 78 puntos en comparación con igual período del año anterior (Marzo de 2010).

## Evolución Mensual TECPETROL -Cantidad de Informaciones-



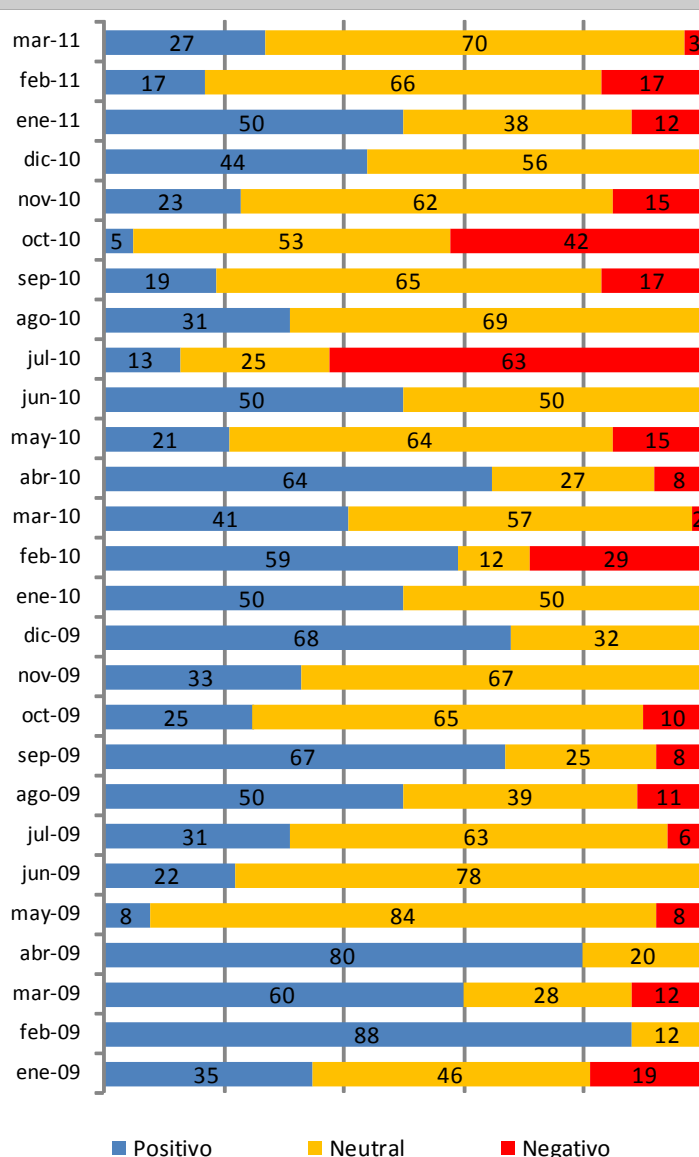
Base: 1023 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

# Evolución Mensual - Desempeño

En el período actual, las referencias valoradas negativamente disminuyeron 82% con respecto a Febrero de 2011, lo que influyó favorablemente en el conteo de las menciones neutras y positivas.

Cabe destacar que el promedio general histórico hasta este momento es de 27 informaciones por mes.

## Evolución Mensual Histórica Comparada TECPETROL -Desempeño Mediático- (%)

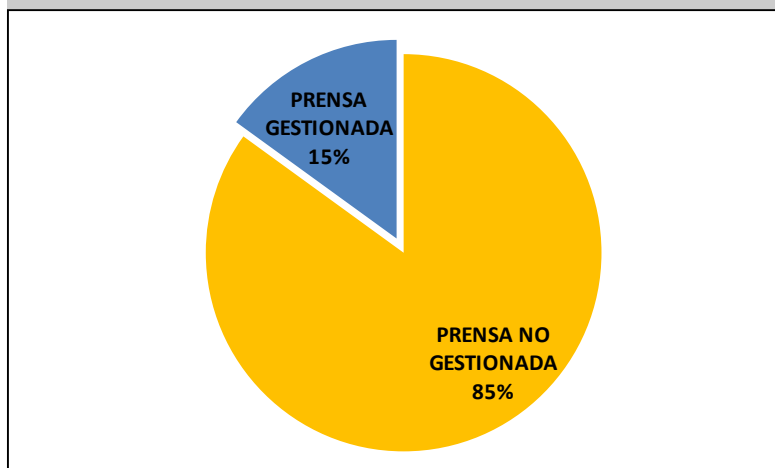


Base: 1023 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

En Marzo de 2011 el saldo de los registros logrados a partir de la gestión de prensa fue del 15% de la totalidad de referencias a la Compañía.

A su vez, es importante destacar que del total de menciones positivas de Tecpetrol, el 56% fueron generadas a partir de la gestión de prensa.

## Resultados de la Gestión de Prensa TECPETROL Marzo 2011 (%)



Base: 33 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas