

Tecpetrol

Reporte de Medios

Abril 2011



3 Comunicaciones Estratégicas

{ pasión por la comunicación }

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

Abril 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.

Duración / Espacio: tiempo (segundos) para las informaciones audiovisuales y centímetros por columna para las informaciones gráficas.

Impacto poblacional: cantidad de contactos logrados por cada información en particular.

Ahorro gestión de prensa: traducción a valores publicitarios del espacio - duración de las informaciones según fecha y ubicación de publicación. Para establecer la relación entre espacio institucional y publicitario se consideró, primero el valor del segundo por programa y duración de la información, en los medios audiovisuales y segundo, el valor del espacio, centímetros, de acuerdo al diario, que lo publica y su ubicación en el mismo (primera plana, cuerpo central, suplemento, página par o impar). La medición se realiza mediante el cálculo de alto por ancho de la nota. Se considera como medida estándar de la misma la altura real y el ancho de 4 centímetros a 1 columna. Es decir, 4 centímetros es igual a 1. Fuente: Relevamiento de 3 Comunicaciones Estratégicas.

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

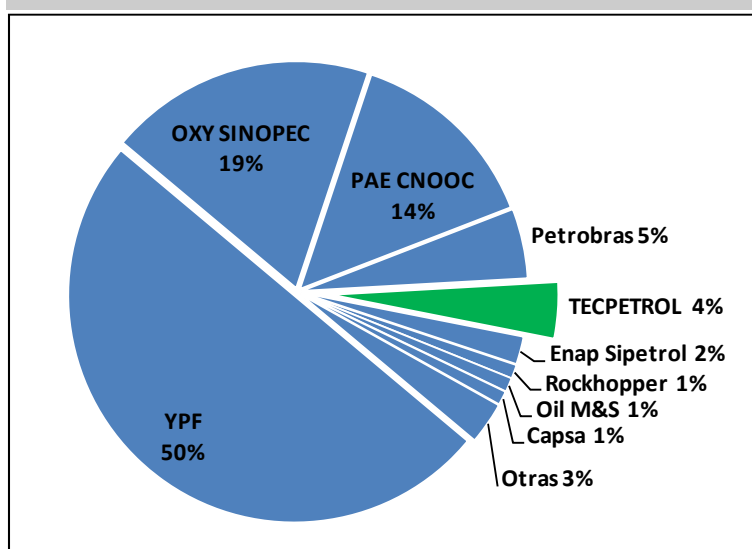
En el mes de Abril 2011, del total de referencias a operadoras petroleras, las menciones de Tecpetrol alcanzaron el 4%. En este período, la participación se encuentra liderada por YPF (50%), seguida por OXY SINOPEC (19%).

Con respecto al desempeño mediático de la Compañía, el 71% de las informaciones fue calificado como positivo y el 29% como neutro, tendencia que se revierte respecto del mes de Marzo.

En este sentido, el resultado favorable lo generaron issues de Responsabilidad Social (“ayuda por el temporal”, “apoyo a emprendimientos de la comunidad” y celebración del Día de la Salud”.

Cabe destacar a su vez que en esta oportunidad no se registraron citas negativas.

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



Base: 381 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

Resumen Presencia en Medios del Sector ABRIL 2011

	Informaciones Positivas	Positivo (%)	Informaciones Neutrales	Neutral (%)	Informaciones Negativas	Negativo (%)	Total
TECPETROL	10	71	4	29	-	0	14
YPF	41	22	136	71	14	7	191
OXY -SINOPEC	33	46	34	48	4	6	71
PAE -CNOOC	11	21	32	60	10	19	53
Petrobras	4	22	14	78	-	0	18
Enap Sipetrol	1	13	7	87	-	0	8
Rockhopper	-	0	5	100	-	0	5
Oil M&S	2	40	3	60	-	0	5
Capsa	-	0	3	100	-	0	3
TOTAL	102	28	238	65	28	7	368

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

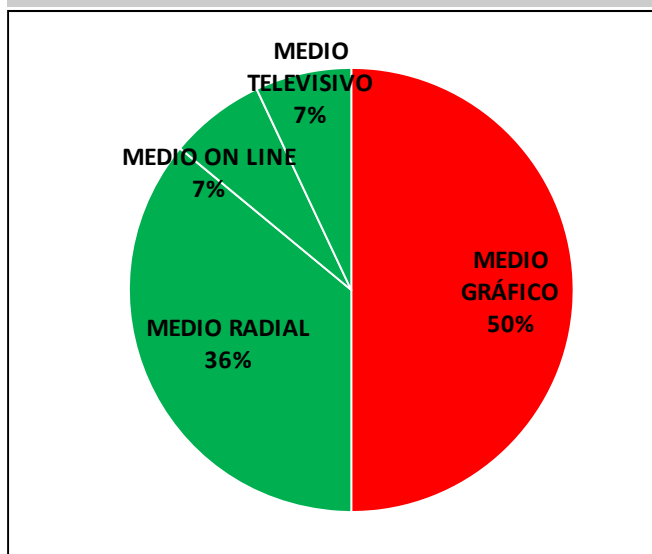
Estructura Mediática

En el período de análisis, el mayor porcentaje de las informaciones se ubicó en medios gráficos con el 50% de la distribución. De éstas, el 86% resultaron positivas con un valor de equivalencia publicitaria de \$7.200.

En segundo lugar, se posiciona el 36% de las referencias correspondiente al segmento radial.

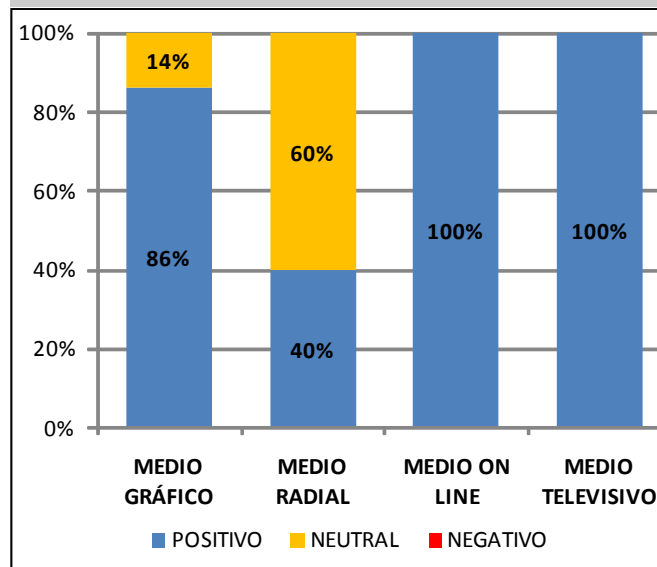
En cuanto a la distribución cualitativa de los registros, cabe mencionar que durante Abril de 2011, la mayor cantidad de informaciones neutras tuvieron lugar en radios de Comodoro Rivadavia, alcanzando un índice porcentual de 60 puntos.

Estructura Mediática TECPETROL
-Cantidad de Informaciones-



Base: 14 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

Estructura Mediática TECPETROL
-Según Ponderación- (%)

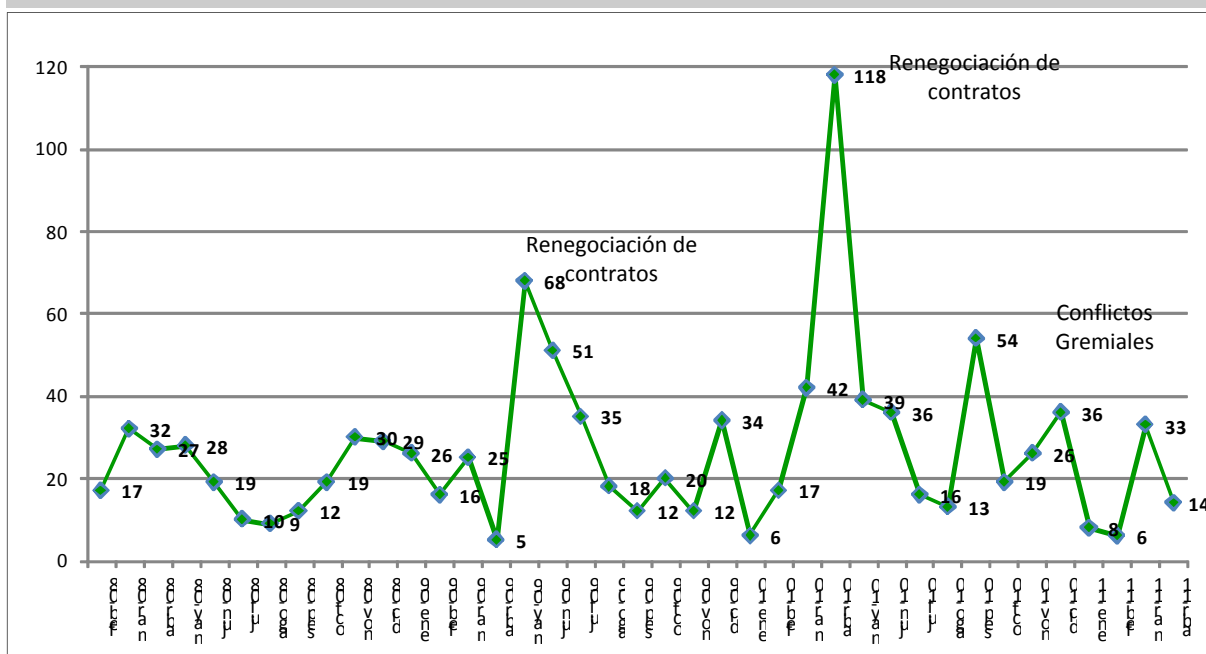


Base: 14 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

Evolución Mensual - Exposición

Durante el mes de Abril de 2011, la presencia mediática de la Compañía experimentó una disminución cuantitativa de 58 puntos porcentuales con respecto a Marzo. De manera comparativa con el mismo período de 2010, se observó una marcada diferencia de 104 informaciones, comportamiento motorizado por el escenario de conflictividad del norte de Santa Cruz, que se introdujo en la agenda del sur de Chubut.

Evolución Mensual TECPETROL -Cantidad de Informaciones-



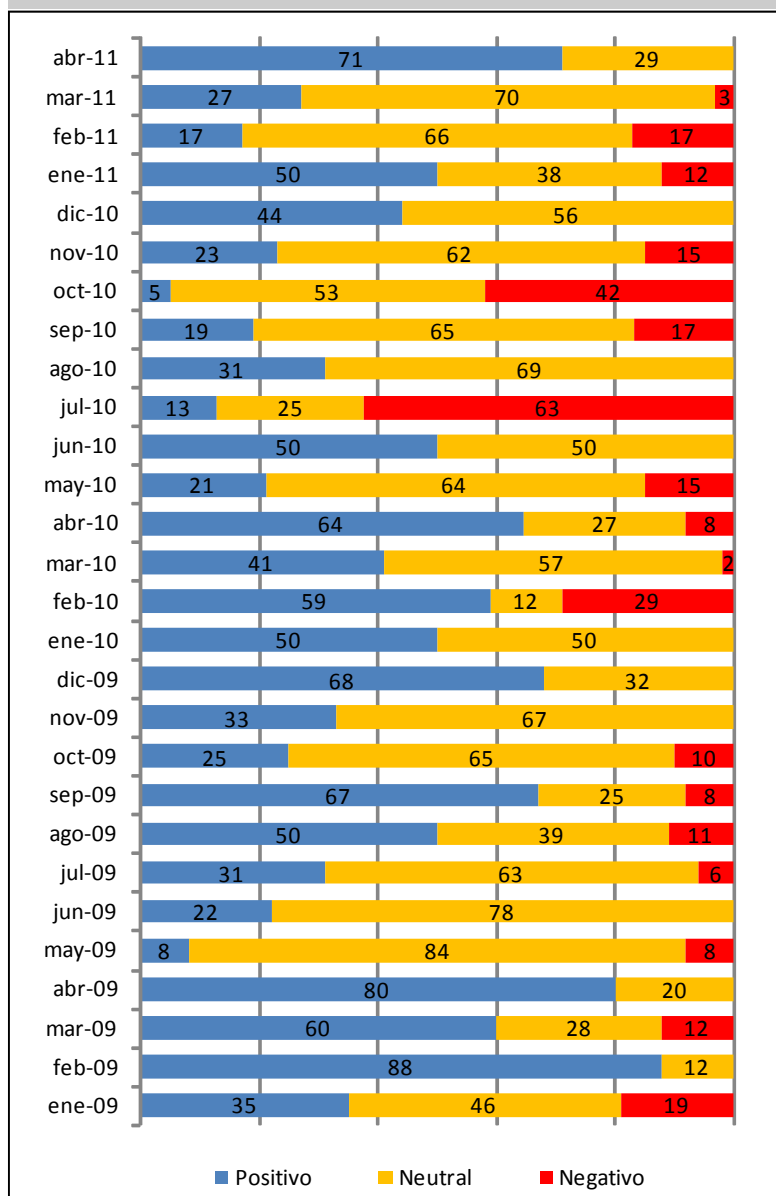
Base: 1037 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

Evolución Mensual - Desempeño

Sin presencia mediática negativa, durante el mes de Abril de 2011, la operadora Tecpetrol obtuvo 71% de informaciones positivas, reflejando una variación cualitativa ascendente de 62 puntos en comparación con el período anterior (Marzo/2011).

Por otro lado, el promedio general histórico registrado hasta abril de 2011 arroja un total de 27 informaciones por mes.

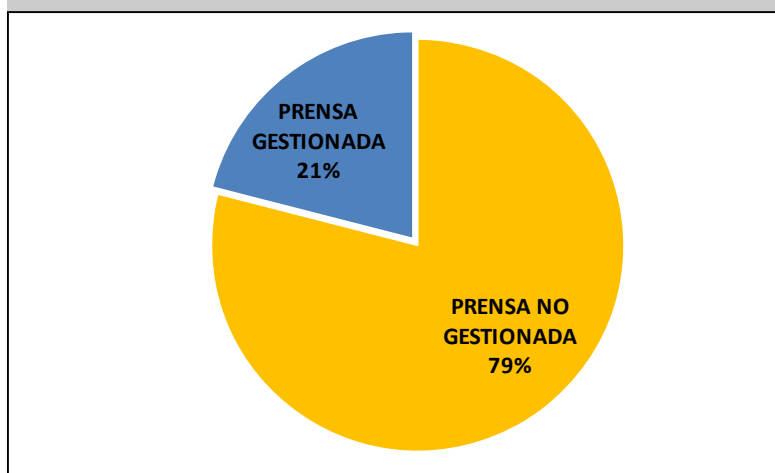
Evolución Mensual Histórica Comparada TECPETROL -Desempeño Mediático- (%)



Base: 1037 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

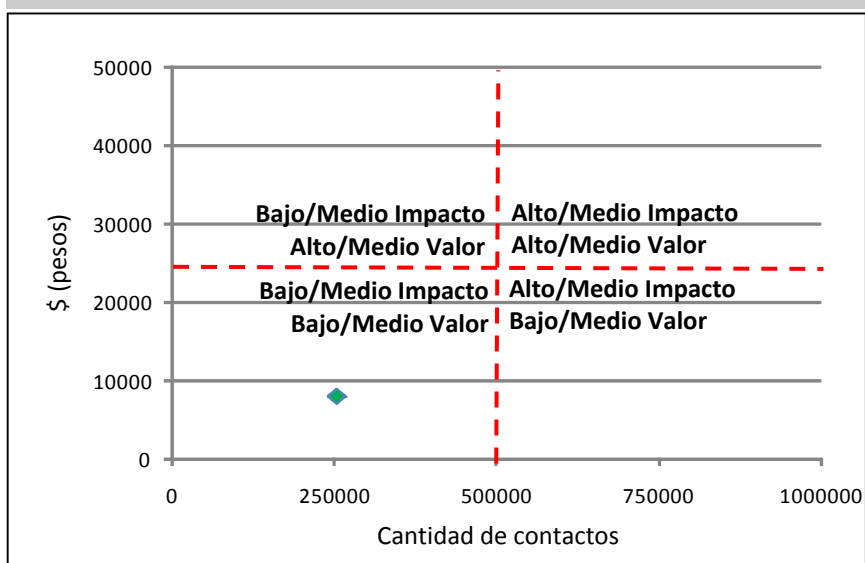
Con el objetivo de cuantificar la gestión de informaciones positivas de Tecpetrol, se establecieron variables de análisis para impacto poblacional y valor del espacio/tiempo. En este sentido, durante el mes de Abril de 2011 se alcanzó a 253.744,5 contactos y se obtuvo un total de \$8.031,08 (ver aclaraciones metodológicas).

Resultados de la Gestión de Prensa TECPETROL ABRIL 2011 (%)



Base: 14 informaciones - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

Resultados de la Gestión de Prensa TECPETROL - Según Impacto y Valor obtenidos -



Base: 253.744,5 contactos positivos - Fuente: 3 Comunicaciones Estratégicas

El impacto poblacional se midió en "contactos". Esta unidad establece la posibilidad de una información de ser leída, vista o escuchada al menos una vez por una persona.