

Gigante Farmacéutico Predice Riesgos un 50% más Rápido con Analítica Integrada

Descripción General

Una compañía biofarmacéutica global luchaba con información fragmentada sobre su reputación, dispersa entre sistemas de monitoreo de medios, encuestas, informes de ESG y sistemas financieros desconectados entre sí. Sin una visión unificada, el área de Asuntos Corporativos no podía anticipar qué narrativas escalarían hacia un riesgo empresarial, ni identificar oportunidades antes que la competencia.

El monitoreo integral de medios y la escucha social de Onclusive, que abarca prensa digital e impresa global, televisión y radio, y plataformas sociales como Reddit, TikTok, Bluesky y LinkedIn, se convirtió en la base de datos fundamental para la plataforma Darwin de Maha Global, impulsando el 50% de las señales externas del sistema. Esta alianza transformó la forma en que la compañía identifica, mide y gestiona el riesgo de confianza y reputación en las áreas de Asuntos Corporativos, Gestión de Riesgos Empresariales (ERM), ESG, Recursos Humanos y la alta dirección.

Cifras Clave

- **+7 puntos** | Mejora en la puntuación de reputación durante el período de evaluación
- **100%** | Flujos de datos de medios ahora automatizados (antes: análisis episódicos manuales)
- **50%** | Onclusive impulsa la mitad de las entradas de señales externas de Darwin
- **Trimestral** | Cadencia de informes ejecutivos establecida (antes: bajo demanda)
- **5 departamentos** | Ahora utilizan inteligencia unificada como fuente única de verdad
- **+130 países** | Cobertura mediática global a través de la plataforma de Onclusive



El análisis de señales de sentimiento y medios realizado por Onclusive, junto con los datos de divulgación pública y rendimiento operacional en Darwin, permite identificar riesgos futuros asociados a un rendimiento deficiente y un sentimiento negativo, así como oportunidades de comunicación cuando el rendimiento es sólido pero el sentimiento es ambivalente. Esto proporciona perspectivas predictivas sobre la exposición al riesgo y el potencial narrativo.





El Desafío: Información Fragmentada y Capacidad Predictiva Limitada

1. Datos aislados y desconectados

Los paneles de medios, las encuestas, los informes de ESG y los indicadores financieros existían en sistemas separados, lo que dificultaba comprender qué impulsaba realmente el riesgo o el valor reputacional. Los equipos podían ver cómo se movían las métricas, pero no podían conectar los puntos entre las narrativas externas y el rendimiento empresarial.

2. Monitoreo manual y lento

Los equipos dependían de análisis episódicos e instantáneas de encuestas con escasa claridad diagnóstica. Podían ver que la reputación cambiaba, pero no por qué. Este enfoque reactivo dejaba a la compañía expuesta a problemas emergentes que solo se hacían visibles una vez que ya habían escalado.

"Teníamos datos en todas partes, pero no teníamos información útil en ninguna. La dirección quería saber qué estaba generando el riesgo reputacional, y no podíamos darles una respuesta coherente porque nuestra información estaba dispersa en seis herramientas diferentes."

Responsable de Asuntos Corporativos

3. Influencia estratégica limitada

Dado que los análisis eran reactivos y estaban dispersos, el área de Asuntos Corporativos tenía dificultades para elevar las conversaciones hacia la previsión de riesgos a nivel empresarial. Las comunicaciones seguían siendo una función táctica en lugar de un asesor estratégico para la alta dirección y el consejo de administración.

4. Ausencia de un sistema de alerta temprana

La compañía no podía anticipar cuándo la percepción superaba al rendimiento, dónde se acumulaba la presión narrativa ni qué problemas podían generar preocupación entre los grupos de interés. Para cuando los problemas llegaban a la atención de la dirección, la empresa ya estaba en modo de gestión de crisis.

5. Obstáculos de adopción e integración

Los equipos reconocían la necesidad de una plataforma unificada, pero requerían flujos de datos alineados, protocolos de control de calidad y marcos de gobernanza para generar confianza en cualquier nuevo sistema. Intentos anteriores de integración habían fracasado debido a una calidad de datos inconsistente y a la falta de compromiso interdepartamental.

La Solución: Onclusive + Darwin — La Base de Datos para la Inteligencia Predictiva

La compañía seleccionó Onclusive siguiendo la recomendación de Maha Global para unificar el monitoreo fragmentado y establecer una única fuente de verdad. La plataforma de Onclusive ahora rastrea medios ganados y sociales a nivel global a través de diversos canales, incluidas plataformas especializadas como Reddit y TikTok.

Esta cobertura integral amplió significativamente tanto el alcance como la consistencia en comparación con su configuración anterior, que dependía de herramientas regionales desconectadas. El análisis de sentimiento y el monitoreo en tiempo real de Onclusive proporcionan una voz externa esencial que Darwin analiza junto con datos de ESG, financieros y operacionales.

"Las señales de sentimiento y medios de Onclusive se analizan junto con los datos de divulgación pública y el rendimiento operacional dentro de Darwin. Esto nos permite identificar dónde un rendimiento más débil combinado con un sentimiento negativo creciente señala un riesgo futuro, o dónde un rendimiento sólido acompañado de un sentimiento contenido revela una oportunidad de mayor comunicación. El resultado es una perspectiva predictiva tanto sobre la exposición a la baja como sobre el potencial narrativo al alza."

Alta Dirección



Darwin es la plataforma de inteligencia artificial de Maha Global que revela riesgos emergentes, su impacto empresarial y los factores que los impulsan. Los líderes la utilizan para actuar antes de que el valor se deteriore. Identifica dónde la percepción no se alinea con la realidad —donde el riesgo se acumula o el valor se pierde silenciosamente.

Más Información



Cómo Funciona: Los Cinco Pilares de la Solución

1. Visibilidad de espectro completo

Darwin unificó los factores de gobernanza, producto, finanzas, fuerza laboral, comunidad y medio ambiente en un único marco de decisión de inteligencia, con Onclusive proporcionando una cobertura mediática y social integral como capa de percepción externa.

2. Detección automatizada y proactiva de problemas

El monitoreo continuo a través de Onclusive reemplazó los análisis manuales en áreas clínicas, regulatorias, de precios, acceso, fuerza laboral, ESG y narrativas competitivas. Las alertas en tiempo real garantizan que los problemas emergentes lleguen a los responsables adecuados antes de que escalen.

3. Análisis integrado de sentimiento, divulgación y rendimiento

Las señales de medios, los temas de divulgación y los indicadores financieros se integraron en una única arquitectura, revelando por qué cambiaba la percepción y cómo se relacionaba con el valor empresarial.

4. Información lista para la alta dirección

Los informes evolucionaron hacia una previsión estratégica con contexto competitivo, planificación de escenarios y un encuadre de riesgos alineado con la gestión de riesgos empresariales (ERM) para la dirección y el consejo de administración. Los análisis impulsados por Onclusive informan ahora los informes ejecutivos trimestrales.

"Los análisis de Darwin, respaldados por la inteligencia mediática de Onclusive, se incluyen ahora en los informes ejecutivos y de liderazgo trimestrales, transformando las conversaciones sobre reputación de anecdóticas a basadas en evidencia."

Responsable de Asuntos Corporativos

5. Implementación gradual con rigurosa gestión de datos

Maha Global mejoró los flujos de datos de Onclusive, desarrolló nuevos paneles de control, realizó controles de calidad y guió la incorporación interdepartamental para generar confianza en el sistema. Este enfoque metódico impulsó la adopción en los cinco departamentos.

Aplicación Real: Estrategia de Precios y Acceso

El análisis de datos mediáticos de Darwin reveló que la accesibilidad de precios era el principal factor que influía en la reputación de las empresas biofarmacéuticas. Una percepción negativa sobre el precio de los medicamentos, incluso ante un buen rendimiento clínico, supone un riesgo reputacional.

Aunque la puntuación de reputación de la compañía aumentó 7 puntos, una comparación con la competencia mostró que aquellas empresas que abordaron proactivamente las preocupaciones sobre precios habían incrementado la confianza de sus grupos de interés. Estos hallazgos condujeron a una iniciativa estratégica orientada a mejorar el acceso de los pacientes a los medicamentos, convirtiendo una potencial crisis en una ventaja competitiva.

Los análisis fundamentaron una decisión empresarial de alto riesgo en evidencia reputacional sólida, en lugar de suposiciones, demostrando cómo la inteligencia mediática unificada impulsa la estrategia empresarial.



Deje que nuestros expertos le muestren cómo descubrir los factores clave de la reputación de su marca y convertir la inteligencia mediática en análisis accionables, con monitoreo en tiempo real, benchmarking y análisis experto que respaldan estrategias de comunicación más inteligentes y su activación.

Reservar una Consulta

Impacto: Una Función de Gestión del Riesgo Reputacional más Predictiva y Alineada con la Empresa

1. Mayor eficiencia y capacidad analítica - El monitoreo automatizado a través de Onclusive liberó a los equipos del análisis manual, permitiéndoles centrarse en la estrategia. El 100% de los flujos de datos de medios están ahora automatizados, frente a los análisis manuales episódicos anteriores.

2. Mayor credibilidad estratégica - El área de Asuntos Corporativos ganó influencia en la alta dirección al ofrecer inteligencia integrada vinculada al riesgo empresarial, evolucionando de un apoyo reactivo a un asesor estratégico proactivo.

3. Detección temprana de riesgos emergentes -

La compañía ahora puede anticipar:

- Presiones en precios y políticas
- Riesgos clínicos y operacionales
- Vulnerabilidades en la fuerza laboral
- Brechas de percepción en gobernanza y cumplimiento
- Nuevas expectativas de ESG

4. Mayor alineación entre narrativa y realidad -

Los equipos identificaron dónde la percepción superaba al rendimiento (riesgo), dónde el rendimiento superaba al sentimiento (oportunidad) y cómo las narrativas de los competidores moldeaban las expectativas.

5. Adopción en toda la organización - ERM, ESG,

Recursos Humanos y la alta dirección adoptaron Darwin como un marco compartido para las fuerzas externas. Los análisis impulsados por Onclusive se convirtieron en la fuente de verdad interdepartamental.

6. Transición de los informes retrospectivos a la

previsión - La reputación pasó de ser una métrica retrospectiva a una señal empresarial predictiva. La dirección ahora pregunta "¿qué riesgos emergentes hay?" en lugar de "¿cómo nos fue?".

Antes → Después: Panorama Comparativo

Antes

- Datos fragmentados entre medios, encuestas, ESG y divulgaciones
- Monitoreo manual y episódico con retrasos peligrosos
- Capacidad limitada para influir en las decisiones de la alta dirección
- Sin visión predictiva del riesgo narrativo o de confianza
- Asuntos Corporativos percibido como función de apoyo táctico

Después

- Un sistema unificado de inteligencia para la toma de decisiones reputacionales
- Detección proactiva 100% automatizada a través de Onclusive
- Análisis integrados que vinculan sentimiento, divulgación y rendimiento
- Mayor alineación con ERM y la dirección mediante informes trimestrales
- Intervención más temprana y toma de decisiones más resiliente
- Mejora de 7 puntos en la puntuación de reputación



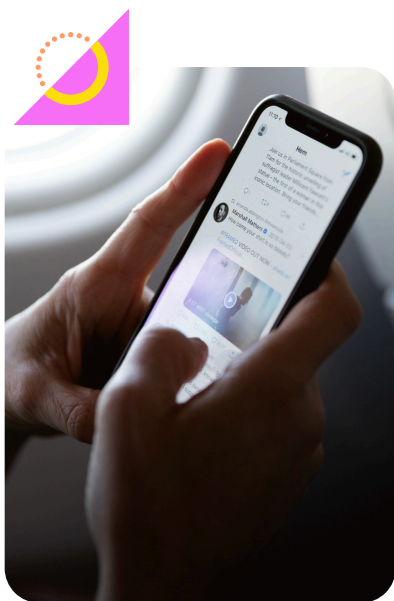
Deje que nuestros expertos le muestren cómo descubrir los factores clave de la reputación de su marca y convertir la inteligencia mediática en análisis accionables, con monitoreo en tiempo real, benchmarking y análisis experto que respaldan estrategias de comunicación más inteligentes y su activación.

[Reservar una Consulta](#)

Conclusión Clave

La reputación no es una métrica de comunicación, es una señal de rendimiento fundamental que predice el riesgo y las oportunidades empresariales.

Al integrar la inteligencia mediática integral de Onclusive con datos operacionales, de ESG y financieros a través de Darwin, este líder biofarmacéutico transformó la reputación de un ejercicio de informes reactivo en un activo empresarial para la previsión, la mitigación de riesgos y la toma de decisiones estratégicas. El resultado: una mejora reputacional medible, mayor influencia en la alta dirección y la capacidad de identificar riesgos y oportunidades antes que la competencia.



Los líderes empresariales de compañías Fortune 500 confían en Onclusive para impulsar plataformas de reputación predictiva como Darwin. Onclusive ofrece monitoreo integral de medios y análisis de sentimiento en más de 130 países, proporcionando datos esenciales para la toma de decisiones estratégicas.

Así es como Onclusive transforma los datos mediáticos en análisis a nivel empresarial:

- Monitoreo en tiempo real de canales ganados y sociales, incluidas nuevas plataformas
- Análisis de sentimiento automatizado y alertas personalizables
- Datos listos para su integración en plataformas de gestión de reputación y riesgos
- Consultoría experta de analistas de inteligencia mediática
- Cobertura global con experiencia local

Descubra cómo la inteligencia mediática se convierte en poder predictivo. Contacte a nuestro equipo de soluciones para crear una base de datos para su estrategia de reputación.

[Programar una Consulta Estratégica](#)

Acerca de Onclusive

Onclusive es un líder mundial en tecnología y servicios de inteligencia mediática, dedicado a apoyar a profesionales de Relaciones Públicas, Comunicaciones y Marketing. Ofrecemos innovación de vanguardia, experiencia humana y un alcance mediático sin igual en una suite de soluciones de gestión, monitoreo y análisis de medios que respaldan cada etapa del ciclo de comunicaciones. Nuestra plataforma y servicios unificados permiten a nuestros clientes tomar decisiones rápidas, precisas y basadas en datos sobre sus estrategias de comunicación y marketing, ayudándoles a demostrar y mejorar su valor.

Acerca de la Plataforma Darwin de Maha Global

Darwin by MAHA es la primera plataforma de inteligencia reputacional del mundo que unifica el comportamiento corporativo y la percepción pública en tiempo real. Deje de adivinar. Conozca el mejor paso a seguir para gestionar oportunidades y riesgos.