Mapeo posibles influenciadores Auto Mercado

Ejemplo de Mapeo de posibles influenciadores Auto Mercado

Hoy, los influenciadores, líderes de opinión y creadores de contenido no solo comunican: **construyen reputación, generan confianza y, en muchos casos, se convierten en el rostro visible de las marcas**. Su comportamiento, sus valores y la manera en que se relacionan con sus audiencias impactan directamente en la imagen pública de las empresas que los eligen como aliados.

Por eso, en CCK vamos mucho más allá del alcance y el *engagement*. **Nos enfocamos en entender quiénes son realmente, qué representan, cómo comunican y cómo han gestionado situaciones complejas en el pasado**. Este enfoque nos permite tomar decisiones informadas, estratégicas y seguras.

Realizamos un **análisis de reputación profundo**, que nos permite identificar riesgos potenciales, revisar alineamientos éticos y de valores, analizar el tono y la coherencia de su discurso, y evaluar su historial en medios y redes. Todo con un objetivo claro: **proteger y potenciar la reputación de cada marca**.

Además, nuestra relación con los influenciadores es **integral y colaborativa**. Desde el análisis inicial de posicionamiento, audiencia y canales, hasta el acompañamiento creativo en la generación de contenido, y el seguimiento posterior con reportes detallados de resultados, KPI, ROI y más. Todo para que podamos **medir con precisión el impacto real de cada alianza**.

A continuación, les compartimos tres ejemplos ilustrativos de nuestros análisis de reputación. Son una muestra de cómo combinamos estrategia, sensibilidad reputacional y visión de negocio para elegir a los aliados adecuados.

Followers 103.8K

Reach 166.6K

Lily Cabezas

Social Stats — Avg. Engagement Per Post

Instagram	@lilycabezas	862 Likes	93 Comments	10.36 Eng. Rate
TikTok	@lilycabezas	14.7K Likes	739.9 Shares	10 Eng. Rate

VARIABLES DE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES	APLICA	NO APLICA
1. Conducta ética y respeto		
Uso adecuado del lenguaje (sin vulgaridades, insultos ni expresiones ofensivas).	✓	
Ausencia de acoso, burlas o comportamientos violentos en el discurso.	✓	
Respeto hacia otras personas y grupos en interacciones digitales.	✓	
2. Compromiso con la diversidad e inclusión		
Ausencia de comentarios discriminatorios por motivos de género, orientación sexual, etnia, religión, nacionalidad, discapacidad u otros factores.	✓	
No promoción de estereotipos o discursos excluyentes.	✓	
Neutralidad o respeto frente a temas sensibles desde una perspectiva de equidad.	✓	
3. Historial reputacional		
No vinculación con controversias públicas recientes o relevantes.	✓	
Ausencia de comportamientos que hayan generado cuestionamientos éticos o sociales.	✓	
Imagen pública estable y sin antecedentes de conflictos con comunidades o marcas.	✓	
4. Compatibilidad con la marca		
No colaboración reciente con marcas competidoras.	Ha trabajado para Automercado	
No promoción de productos o mensajes que entren en contradicción con el propósito o posicionamiento de la marca	✓	
5. Riesgos asociados a plataformas o contenido adicional		
Ausencia de participación en plataformas o actividades que puedan representar un riesgo reputacional (según contexto y sensibilidad del cliente o sector).	✓	
Evaluación de contenido externo que pudiera ser inconsistente con los lineamientos de la marca.	✓	

Followers 112.5K

Reach 124.8K

Naomi Takegami

Social Stats				Avg. Engagement Per Post
Instagram	@naomitakegami	159 Likes	15 Comments	3.21 Eng. Rate
TikTok	@naomitakegami	2.3K Likes	236.7 Shares	2.18 Eng. Rate

VARIABLES DE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES	APLICA	NO APLICA
1. Conducta ética y respeto		
Uso adecuado del lenguaje (sin vulgaridades, insultos ni expresiones ofensivas).	✓	
Ausencia de acoso, burlas o comportamientos violentos en el discurso.	✓	
Respeto hacia otras personas y grupos en interacciones digitales.	✓	
2. Compromiso con la diversidad e inclusión		
Ausencia de comentarios discriminatorios por motivos de género, orientación sexual, etnia, religión, nacionalidad, discapacidad u otros factores.	✓	
No promoción de estereotipos o discursos excluyentes.	✓	
Neutralidad o respeto frente a temas sensibles desde una perspectiva de equidad.	✓	
3. Historial reputacional		
No vinculación con controversias públicas recientes o relevantes.	✓	
Ausencia de comportamientos que hayan generado cuestionamientos éticos o sociales.	✓	
Imagen pública estable y sin antecedentes de conflictos con comunidades o marcas.	✓	
4. Compatibilidad con la marca		
No colaboración reciente con marcas competidoras.	✓	
No promoción de productos o mensajes que entren en contradicción con el propósito o posicionamiento de la marca	✓	
5. Riesgos asociados a plataformas o contenido adicional		
Ausencia de participación en plataformas o actividades que puedan representar un riesgo reputacional (según contexto y sensibilidad del cliente o sector).	✓	
Evaluación de contenido externo que pudiera ser inconsistente con los lineamientos de la marca.	✓	

Followers 4.1K

Reach 268.3

Alexander Lopez Rylyuk

Social Stats — Avg. Engagement Per Post

Instagram @rylyuk 56 Likes 1 Comments 26.11 Eng. Rate

Ha colaborado con diversas iniciativas comunitarias y proyectos de responsabilidad social empresarial, utilizando el arte como herramienta para la integración social y el fortalecimiento del vinculo comunitario.

VARIABLES DE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES	APLICA	NO APLICA
1. Conducta ética y respeto		
Uso adecuado del lenguaje (sin vulgaridades, insultos ni expresiones ofensivas).	✓	
Ausencia de acoso, burlas o comportamientos violentos en el discurso.	✓	
Respeto hacia otras personas y grupos en interacciones digitales.	✓	
2. Compromiso con la diversidad e inclusión		
Ausencia de comentarios discriminatorios por motivos de género, orientación sexual, etnia, religión, nacionalidad, discapacidad u otros factores.	✓	
No promoción de estereotipos o discursos excluyentes.	✓	
Neutralidad o respeto frente a temas sensibles desde una perspectiva de equidad.	✓	
3. Historial reputacional		
No vinculación con controversias públicas recientes o relevantes.	✓	
Ausencia de comportamientos que hayan generado cuestionamientos éticos o sociales.	✓	
Imagen pública estable y sin antecedentes de conflictos con comunidades o marcas.	✓	
4. Compatibilidad con la marca		
No colaboración reciente con marcas competidoras.	✓	
No promoción de productos o mensajes que entren en contradicción con el propósito o posicionamiento de la marca	✓	
5. Riesgos asociados a plataformas o contenido adicional		
Ausencia de participación en plataformas o actividades que puedan representar un riesgo reputacional (según contexto y sensibilidad del cliente o sector).	✓	
Evaluación de contenido externo que pudiera ser inconsistente con los lineamientos de la marca.	✓	

Mapeo posibles influenciadores Auto Mercado