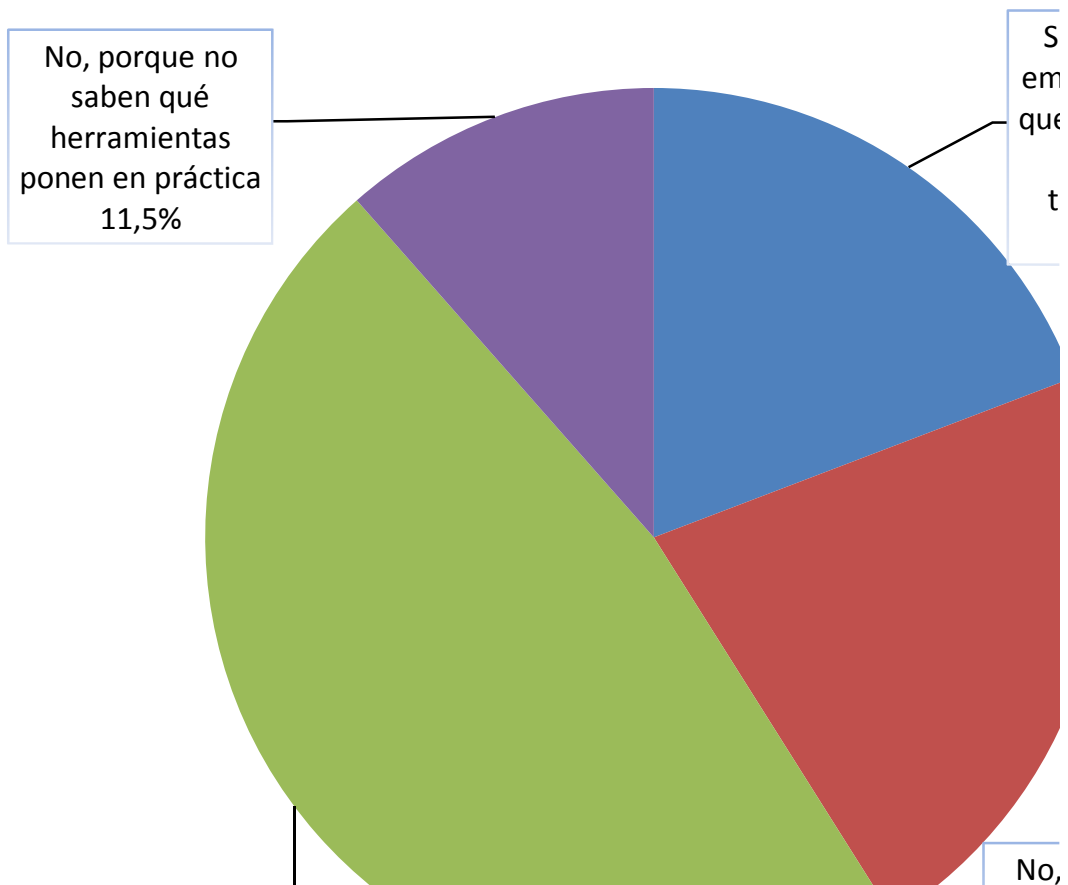


RESULTADOS ENCUESTA
**¿Existe la comunicación
interna en las empresas?**

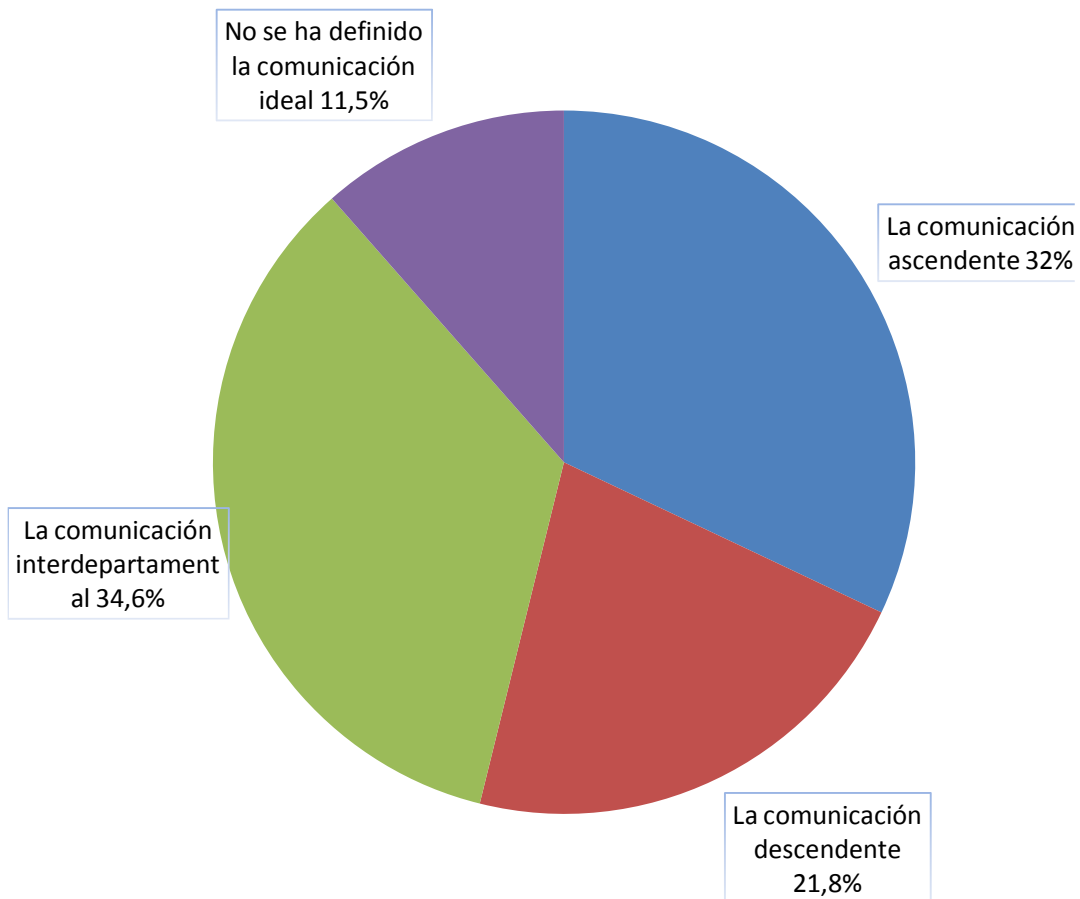
1. ¿CREES QUE ACTUALMENTE LAS EMPRESAS DESARROLLAN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA?

1.1. Sí, porque cada vez más, las empresas son conscientes de la necesidad de comunicarse con sus trabajadores.	19,2%
1.2. No, porque consideran que es mucho más importante la comunicación externa.	21,8%
1.3. Si, pero suele limitarse todavía a una comunicación muy básica en forma de diálogo entre el trabajador y su jefe más inmediato.	47,4%
1.4. No, porque no saben qué herramientas poner en práctica.	11,5%



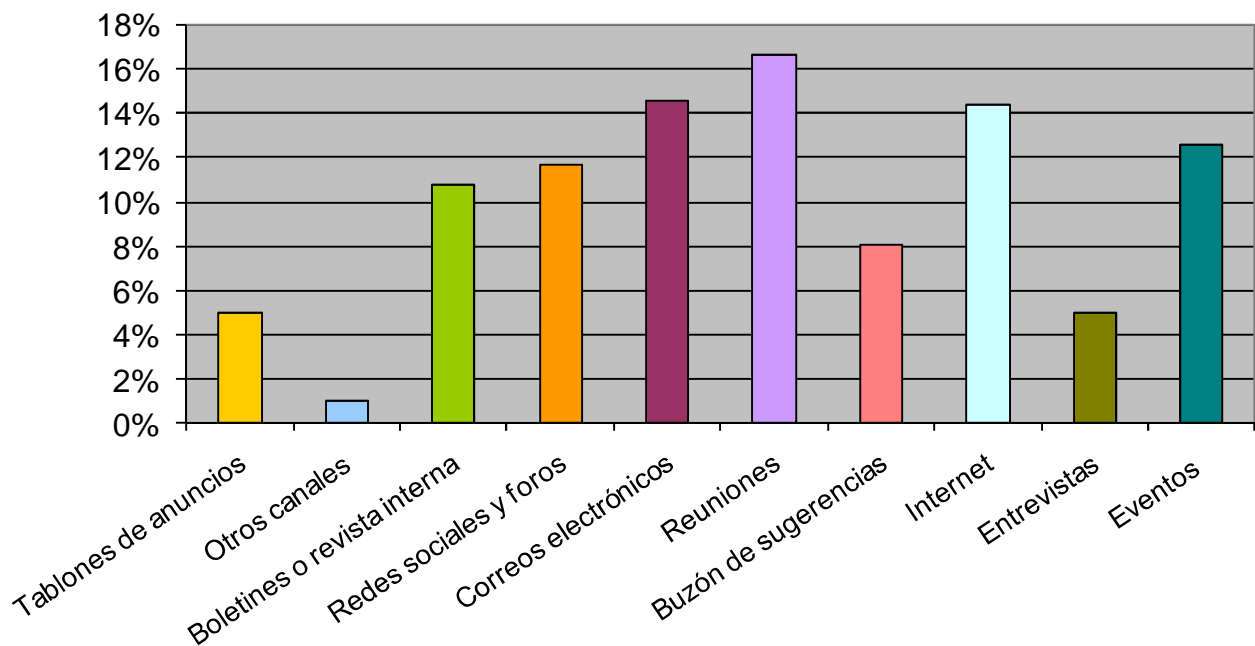
2. DENTRO DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LAS EMPRESAS, ¿CUÁL ES, DESDE TU PUNTO DE VISTA, LA COMUNICACIÓN QUE MÁS SE DEBE FOMENTAR?

2.1. La comunicación ascendente, que es aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en la escalera jerárquica, es decir, desde el trabajador a su jefe.	32%
2.2. La comunicación descendente, que se realiza desde arriba hacia abajo, es decir, desde el jefe a su colaborador.	21,8%
2.3. La comunicación interdepartamental o entre departamentos.	34,6%
2.4. Todavía no se ha definido cuál es la comunicación ideal.	11,5%



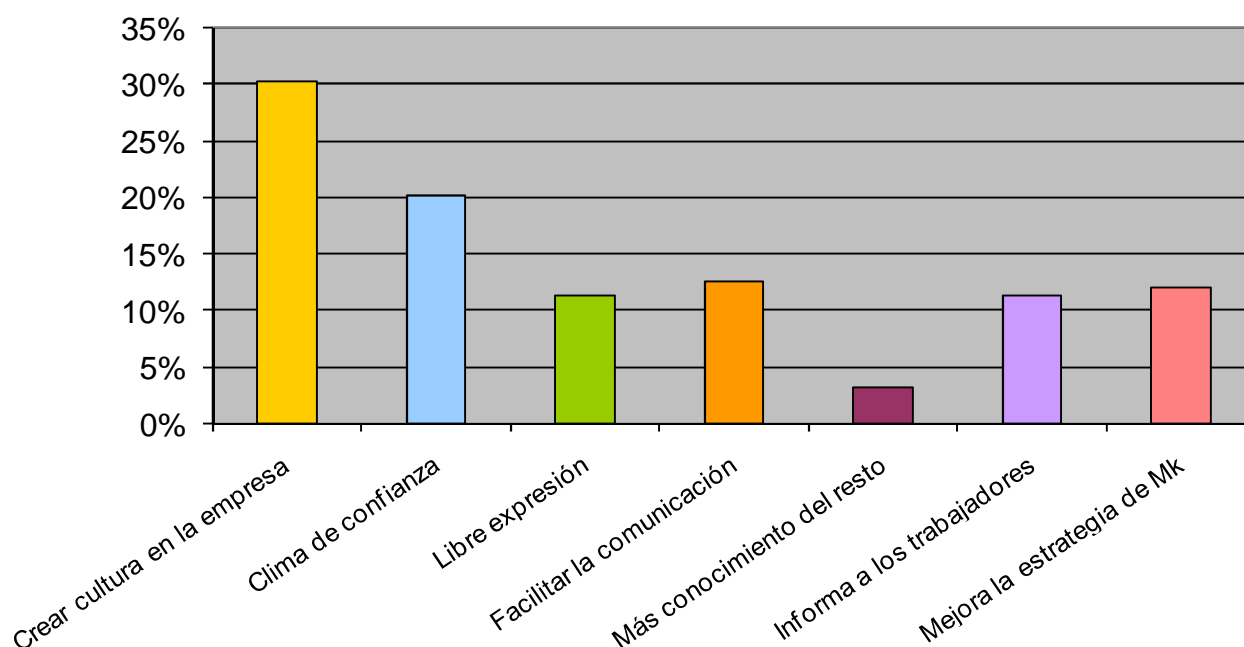
3. LAS EMPRESAS PUEDEN UTILIZAR DIFERENTES CANALES PAR GESTIONAR SU COMUNICACIÓN INTERNA. DESDE TU PUNTO DE VISTA, ¿CUÁLES SON LOS MÁS EFICACES? (SEÑALA TRES OPCIONES COMO MÁXIMO)

3.1. Tablones de anuncios	5%
3.2 Otros canales.	1%
3.3 Boletín o revista interna / Newsletter.	10,8%
3.4. Redes sociales y foros.	11,7%
3.5. Correos electrónicos.	14,6%
3.6. Reuniones.	16,6%
3.7. Buzón de sugerencias.	8,1%
3.8. Internet.	14,4%
3.9. Entrevista personal.	5%
3.10. Eventos, fiestas, jornadas de puertas abiertas...	12,6%



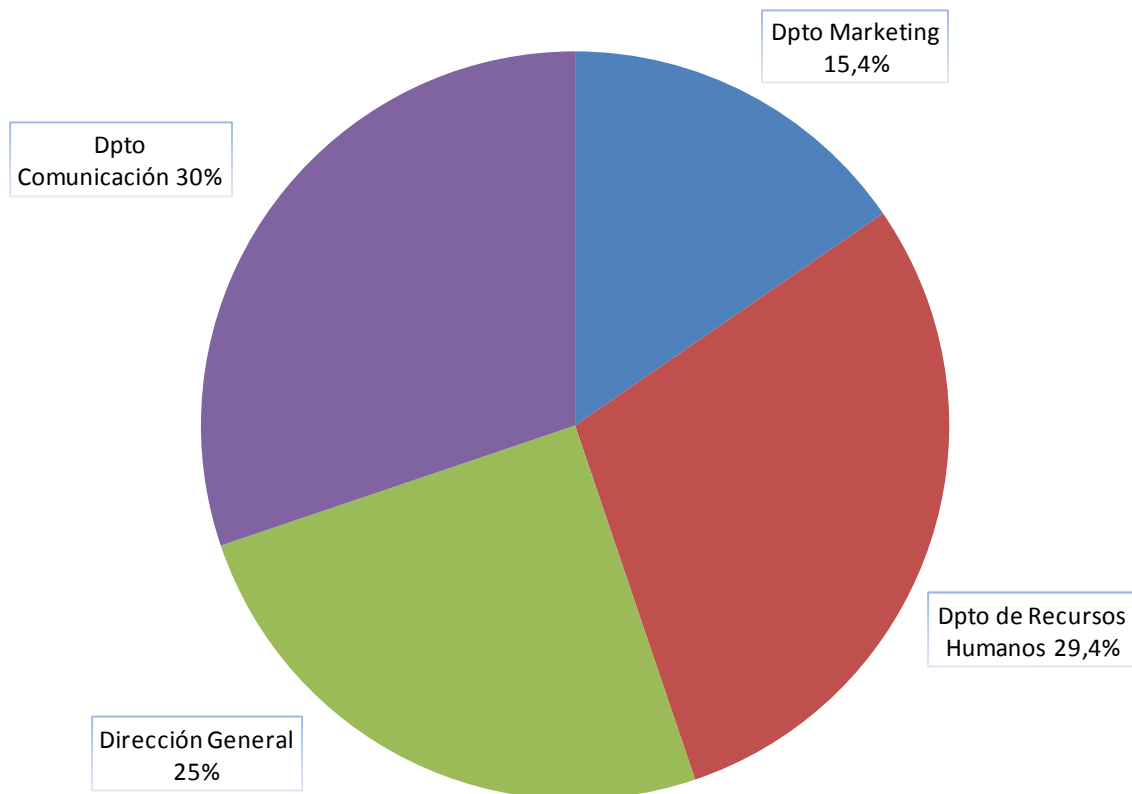
4. ¿CUÁLES CREES QUE SON LOS PRINCIPALES BENEFICIOS QUE APORTA LA COMUNICACIÓN INTERNA? (SEÑALA DOS OPCIONES)

4.1. Ayuda a crear cultura de empresa entre los trabajadores.	30,2%
4.2. Evita la aparición de rumores, construyendo un clima de confianza y motivación.	20,2%
4.3. Permite la libre expresión de los trabajadores ante la Dirección General con independencia de su cargo.	11,3%
4.4. Facilita la comunicación entre departamentos estancos e independientes, suavizando posibles asperezas.	12,6%
4.5. Posibilita el conocimiento más profundo entre los compañeros.	3,2%
4.6. Permite informar a los trabajadores de las noticias y logros alcanzados por la empresa.	11,3%
4.7. Ayuda a la estrategia de Marketing de la empresa favoreciendo su competitividad.	12%



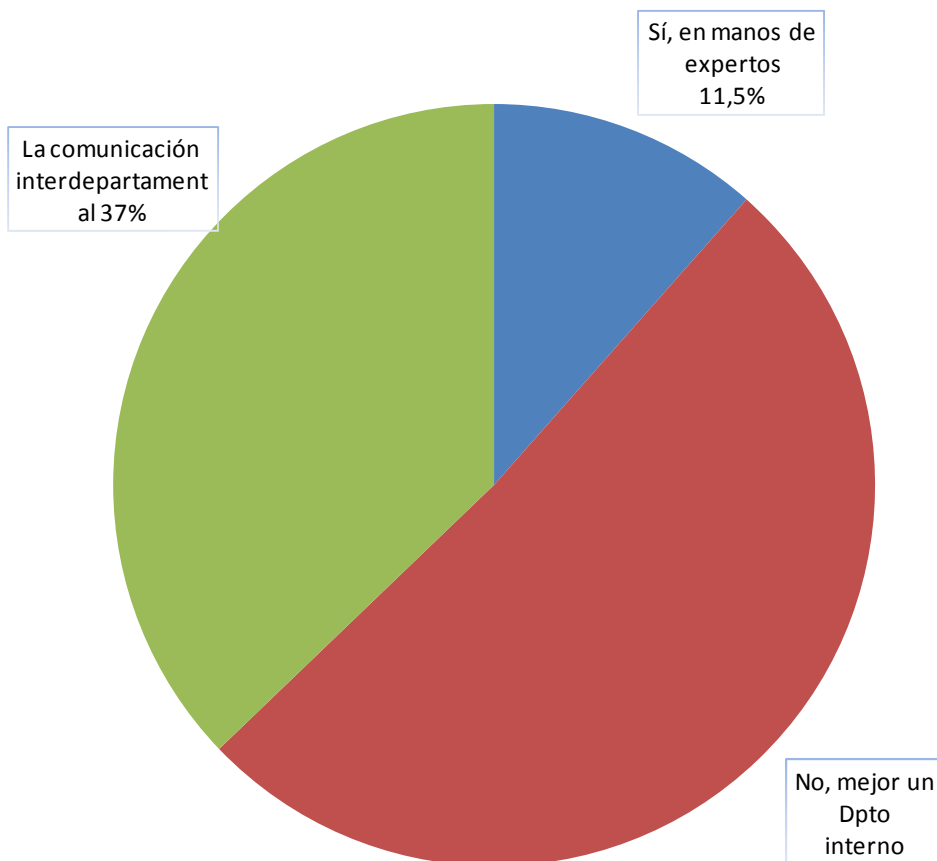
5. ¿DE QUIÉN DEPENDE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA?

5.1. Del departamento de Marketing.	15,4%
5.2. Del departamento de Recursos Humanos.	29,4%
5.3. De la Dirección General.	25%
5.4. Del departamento de Comunicación.	30,2%



6. ¿CREES QUE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA DEBE SER PLANIFICADA POR UNA AGENCIA EXTERNA DE COMUNICACIÓN?

- 6.1. Sí, debe dejarse en manos de expertos porque así, se valorará más objetivamente las necesidades de la empresa. 11,5%
- 6.2. No, un departamento interno es más adecuado, porque conoce mucho mejor la historia y la personalidad de la empresa 51,2%
- 6.3. Lo mejor es confiar en un consultor externo asociado a un interlocutor interno, de manera que el primero, aporte imparcialidad y el segundo, cultura de empresa. 37,1%



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

FICHA TÉCNICA			
<u>UNIVERSO</u>	<u>MUESTRA</u>	<u>MÉTODO</u>	<u>LABOR DE CAMPO</u>
<i>Directores generales, directores de marketing, consultores, profesionales del sector y alumnos de escuelas de negocio, principalmente.</i>	<i><u>164</u> <u>PROFESIONALES</u> <u>NIVEL DE CONFIANZA:</u> <u>95.5%</u></i>	<i>El método utilizado fue de entrevista a través de Internet. Los consultados cumplieron un cuestionario remitido por Foro Internacional de Marketing. www.foromarketing.com</i>	<i>Julio-Agosto 2011</i>