

INVESTIGACION

Mediciones y ROI en Comunicación Interna

Buenos Aires – Argentina

Junio 2011

Resumen Ejecutivo

Como parte del seminario “Medición y ROI de la Comunicación Interna” en Forum Seminarios, dictado por Manuel Tessi, Director del Centro de Comunicación Interna 1A para América Latina (XIAL), se llevó a cabo la aplicación de una breve encuesta que tenía el objetivo de identificar las percepciones de los asistentes respecto a la posibilidad de medir retorno de la inversión de las acciones de comunicación interna al interior de las organizaciones.

Esta medición permitió identificar la relevancia que posee para los profesionales de comunicación interna la realización de mediciones de la gestión, en particular del retorno de la inversión, evidenciándose carencia de herramientas para este tipo de evaluación, fundamentalmente por desconocimiento de técnicas confiables para su medición.

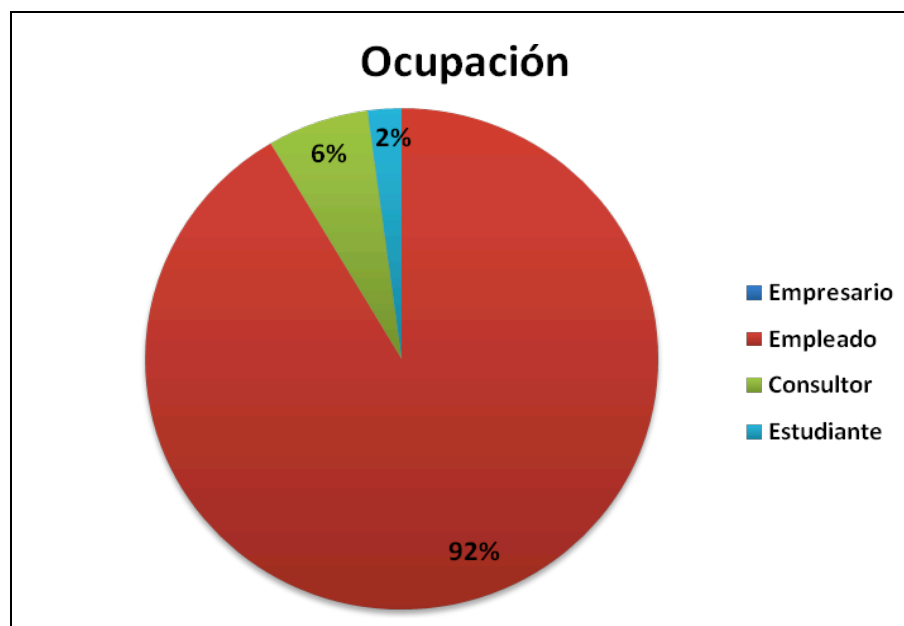
Los principales emergentes que se destacan son:

1. Es posible la medición de ROI en Comunicaciones Internas.
2. La mayoría de las organizaciones carecen de medición de ROI en Comunicación Interna.
3. Para llevar a cabo mediciones de ROI se necesita del compromiso de la alta dirección y presupuesto asignado para este desafío.
4. Se debe utilizar una metodología para gestionar la Comunicación Interna de una organización.
5. Se debe generar indicadores a medir para poder realizar medición de Retorno de Inversión.

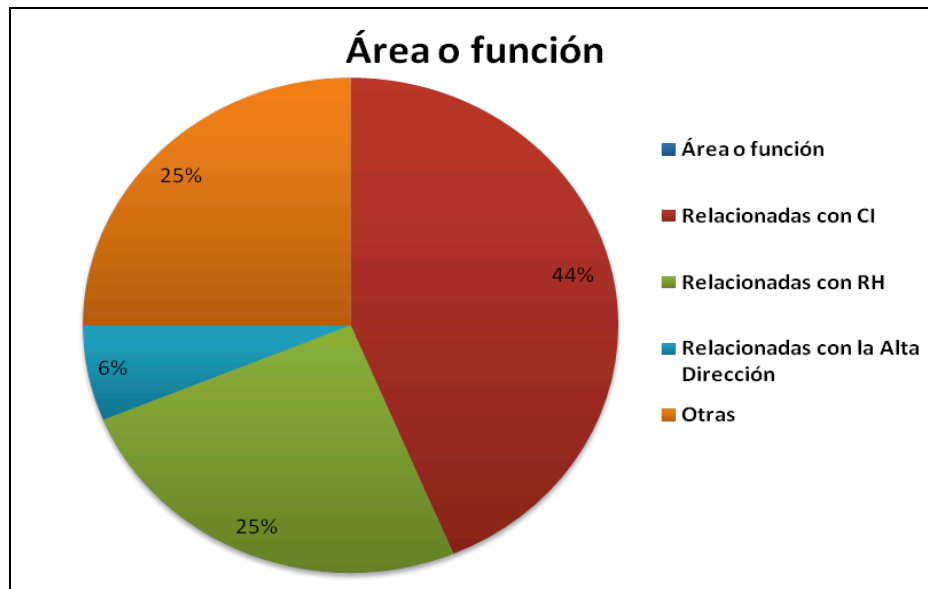
6. Se debe tener claro objetivos de medición para realizar una medición de ROI.
7. Se necesitan capacitaciones para entrenar a las personas en una metodología que permita tener las bases para realizar mediciones.

1. Perfil de la muestra

La muestra se integró por 48 personas, 77% mujeres y 23% hombres; la mayoría empleados de diferentes empresas (92%), seguido por consultores (6%) y estudiantes (2%) quienes de acuerdo con los datos brindados, principalmente tienen a su cargo menos de cinco personas.



Entre los encuestados, el 44% se relaciona con áreas o funciones de Comunicación Interna, el 25% estaba relacionado con la gestión de los recursos humanos, con el mismo porcentaje con otras áreas o funciones como Finanzas, Planificación entre otras y el 6% con cargos de alta dirección.



2.- Resultados

Pregunta N° 1: ¿Han realizado mediciones específicas de Comunicación Interna en su organización?

Respuestas:

La respuesta a la primera pregunta fue clara y contundente: el **63%** de los encuestados no ha realizado mediciones específicas de Comunicación Interna en su organización.



Entre las mediciones mencionadas por los encuestados destacan las encuestas de clima y encuestas internas de opinión.

Pregunta N° 2: ¿Cree que es posible medir ROI de Comunicación Interna?

Respuestas:

En las respuestas los encuestados indicaron en un 98% que es posible medir el ROI en Comunicación Interna.



Algunos de los encuestados que respondieron positivamente a esta consulta describieron qué necesitan para llevar a cabo una medición de ROI en Comunicaciones Internas:

1. *“Decisión de la Dirección de llevarlo a cabo”.*
2. *“Capacitación / Metodología”.*
3. *“Un equipo de trabajo que esté bien preparado para realizar un plan de comunicación interna y que esté comprometido con la organización”*

4. "Mediciones".
5. "Metodología. Presupuesto de la empresa. Indicadores. Diagnóstico previo. Teorías"
6. "Establecer indicadores específicos y metodología de evaluación."
7. "Hacer acciones de CI. Métricas cuali-cuantitativas. Metodología y datos económicos de la Compañía".

Pregunta N° 3: ¿Han realizado mediciones de ROI de Comunicación Interna en su organización?

Respuestas: el 100% de los encuestados respondió negativamente a esta consulta.



Agradecemos la participación de los asistentes del seminario por su colaboración.