



INVESTIGACION

Mediciones y ROI en Comunicación Interna

Lima – Perú

Septiembre 2011

Resumen Ejecutivo

Como parte del seminario “Medición y ROI de la Comunicación Interna”, organizado por el 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.





Introducción

El día 15 de septiembre de 2011, en la ciudad de Lima Perú, se llevo a cabo el seminario “Medición y ROI de la Comunicación Interna”, organizado por el Centro de Comunicación Interna 1A para América Latina (XIAL). Este seminario fue dictado por el Director del XIAL Manuel Tessi P. y se ejecutó como parte de las actividades de la Expo Capital Humano.

En dicho seminario participaron más de 50 profesionales ligados a la gestión de la comunicación interna, quienes de forma voluntaria respondieron una breve encuesta que indago acerca de la percepción respecto a la medición del retorno de la inversión en este ámbito.

Objetivo de la Encuesta

La encuesta se diseñó con el objetivo de *“Conocer la percepción que tienen los profesionales que gestionan cotidianamente la comunicación interna de las organizaciones respecto a la posibilidad de medir retorno de la inversión de las acciones ejecutadas en esta materia”*.

Metodología

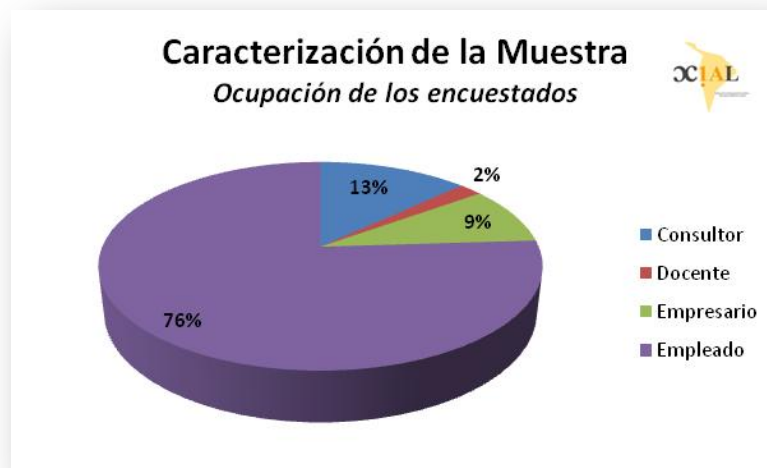
Encuesta auto aplicada respondida por 47 profesionales de la comunicación interna, durante el desarrollo de las actividades del seminario “Medición y ROI de la Comunicación Interna” Lima – Perú. Tuvo un diseño fundamentalmente cuantitativo con una profundidad de análisis descriptivo.



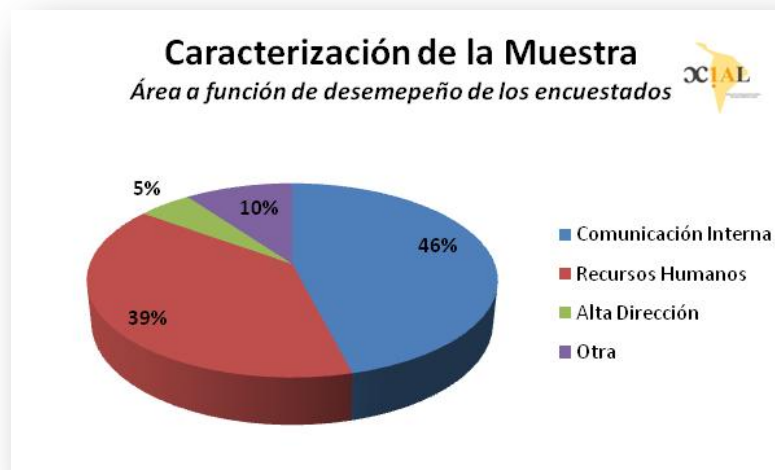
Análisis de Resultados

1. Caracterización de la muestra

La muestra se integró por 47 personas, 66% mujeres y 34% hombres; la mayoría empleados de diferentes empresas (76%), seguido por consultores (13%) y empresarios (9%) quienes de acuerdo con los datos brindados, principalmente tienen a su cargo menos de cinco personas.



Entre los encuestados, el 46% se relaciona con áreas o funciones de Comunicación Interna, el 39% con la gestión de los recursos humanos, el 10% relacionado con otras áreas o funciones como Finanzas, Planificación entre otras y el 5% con cargos de alta dirección.

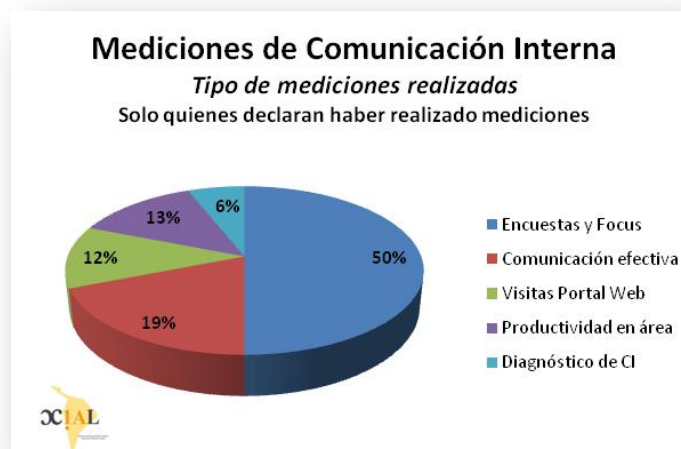


2. Mediciones de Comunicación Interna

Una gran parte de los encuestados declara que en su organización se han realizado mediciones de comunicación interna (61%). En este sentido, este tipo de medición se entiende como una práctica necesaria al momento de gestionar la comunicación interna al interior de las organizaciones

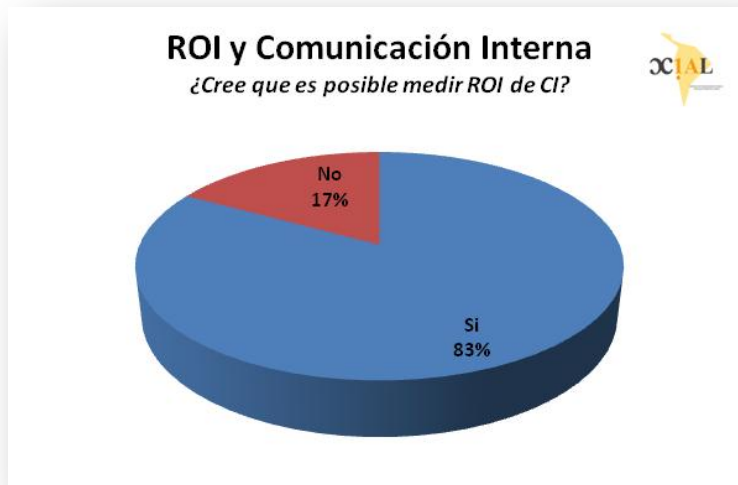


Respecto a los tipos de mediciones de comunicación interna en la que los encuestados declaran haber participado, se destaca el uso de Encuestas y Focus Group, como principal mecanismo de medición (50%). En segundo lugar, se destacan los análisis de Comunicación Efectiva (19%), mencionándose también la medición de visitas al Portal Corporativo, el diagnóstico de Comunicación Interna y la medición del aumento de productividad de alguna área de la empresa.

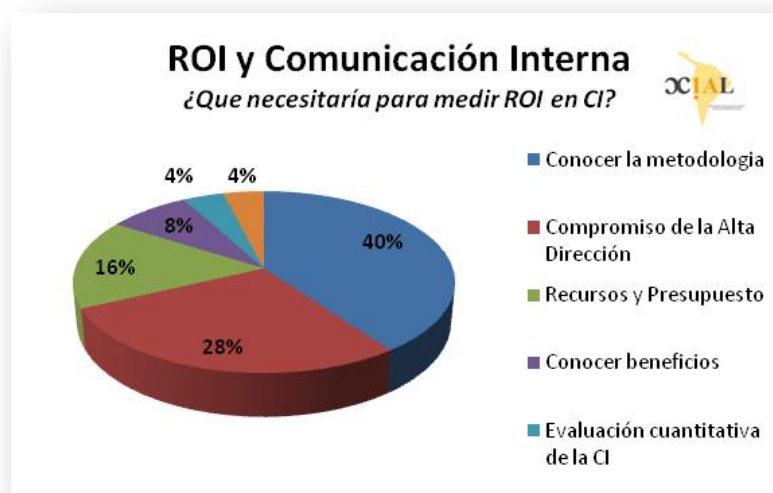


3. ROI y Comunicación Interna

Se destaca que el 83% de los encuestados considera que es posible medir el retorno de la inversión de las acciones realizadas en materia de comunicación interna.



Respecto a las necesidades declaradas para poder medir ROI en Comunicación Interna se destaca que los principales elementos percibidos como necesarios son contar con una metodología que sea confiable y disponer del compromiso de la Alta Dirección para el desarrollo de este tipo de mediciones.



Sólo el 2% de los encuestados declara que en su organización se han realizado mediciones para conocer el retorno de la inversión en acciones relacionadas con la gestión de la comunicación interna.





Conclusiones

Este breve levantamiento de información acerca de la percepción que tienen los profesionales relacionados con la gestión de la comunicación interna en organizaciones con sede en Perú, indica que la medición del retorno de la inversión en esta disciplina es ampliamente esperada y que no se realiza a raíz del desconocimiento acerca de la metodología de medición.

No así la ejecución de otras actividades de relevamiento de información, relacionadas fundamentalmente con el impacto de mensajes y el uso de comunicación efectiva, en este sentido, el 61% de los encuestados declaro haber realizado mediciones a la gestión de comunicación interna.

Se destaca como un elemento relevante a la hora de realizar cualquier tipo de medición en materias de comunicación interna, la importancia que posee el compromiso de la Alta Dirección para el éxito de las mediciones en esta materia, siendo uno de los principales factores seleccionados a la hora de identificar las necesidades y requisitos que posee la evaluación del retorno de la inversión en las actividades de gestión de esta materia.



Anexos

1. Instrumento de Medición



Encuesta del Observatorio de XIAL – Año 2011

“Mediciones y ROI en Comunicación Interna”

La siguiente encuesta busca conocer el nivel de desarrollo de las mediciones de comunicación interna en países de habla hispana, con el fin de aportar posteriormente diferentes herramientas según las necesidades que surjan en los resultados.

1. ¿Han realizado mediciones específicas de Comunicación Interna en su organización?

SI _____ NO _____

En caso de responder positivamente describa el tipo de medición realizada:

.....
.....

2. ¿Cree que es posible medir ROI de Comunicación Interna?

SI _____ NO _____

En caso de responder positivamente describa qué necesitaría para llevarlo a cabo:

.....
.....

3. ¿Han realizado mediciones de ROI de Comunicación Interna en su organización?

SI _____ NO _____

En caso de responder positivamente describa el tipo de medición realizada:

.....
.....

Por favor complete sus datos para recibir los informes completos de este estudio:

Ocupación:

Estudiante Consultor Empleado Empresario Otro:

Personal a cargo:

Menos de 5 personas Hasta 50 personas Más de 50 personas

Datos personales:

Nombre:..... Apellido:.....

Organización:.....Área:.....

E-mail:.....



2. Principales Comentarios respecto a las necesidades para llevar a cabo mediciones en ROI de Comunicación Interna

- “Hacer un estudio y posteriormente evaluar los beneficios de las medidas aplicadas”.
- “Sería necesario ver qué variables se toman en cuenta para asignar el porcentaje de influencia de la Comunicación Interna”.
- “Práctica”.
- “Disminuir la subjetividad”.
- “Herramientas de medición, apoyo y compromiso de la alta dirección”.
- “Conocer los números que muchas veces las áreas o gerencias no muestran”.
- “Comenzar a medir según la metodología, aunque no haya sido solicitado por la empresa formalmente”.
- “Recursos y presupuesto”.
- “Datos cuantitativos de todas las actividades”.
- “Detectar o identificar claramente los indicadores y definir metodológicamente los mismos”.
- “ Una buena metodología”
- “Realizar inicialmente un trabajo de sensibilización a la Alta Dirección de mi organización para crear el área de Comunicación Interna”.
- “Objetivos claros de medición”.
- “Ponderar objetivamente el aporte de la comunicación Interna”.
- “Lograr separar los logros de CI de otros factores”.
- “Entender la cadena de valor del negocio y las formas en que las áreas dependen de cada una”.