



INVESTIGACION

Mediciones y ROI en Comunicación Interna

Santiago- Chile

Octubre 2011

Resumen Ejecutivo

En el marco del seminario de “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 con 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 metodología específica.



Introducción



El día 26 de octubre de 2011, en la ciudad de Santiago de Chile, 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.

En dicho seminario participaron más de 25 profesionales ligados a la gestión de la comunicación interna, quienes de forma voluntaria respondieron una breve encuesta que indagó 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 23 profesionales de la comunicación interna, durante el desarrollo de las actividades del seminario “Medición y ROI de la Comunicación Interna” Santiago – Chile. Tuvo un diseño fundamentalmente cuantitativo con una profundidad de análisis descriptivo.

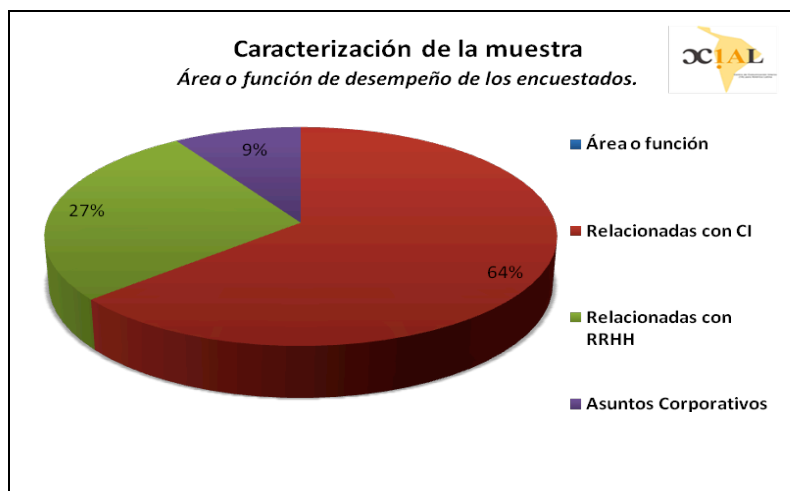
Análisis de Resultados

1. Caracterización de la muestra

La muestra se integró por 23 personas, 83% mujeres y 17% hombres; la mayoría empleados de diferentes empresas (95%), seguido por consultores (5%) quienes de acuerdo con los datos brindados, principalmente tienen a su cargo menos de cinco personas.



Entre los encuestados, el 64% se relaciona con áreas o funciones de Comunicación Interna, el 27% con la gestión de los recursos humanos, el 9% relacionado con otras áreas o funciones como Asuntos Corporativos entre otras.



2. Mediciones de Comunicación Interna

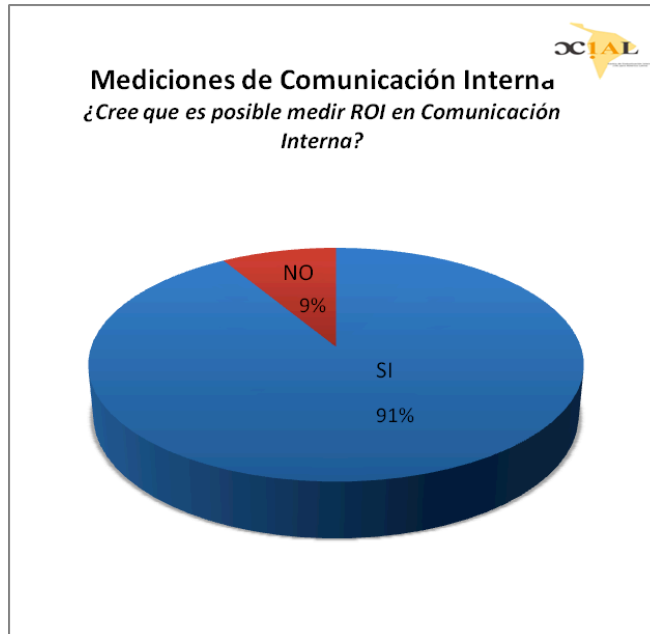
Una gran parte de los encuestados declara que en su organización no se han realizado mediciones de comunicación interna (73%). Solamente un 27% afirma que en su organización han medido acciones de Comunicación Interna.



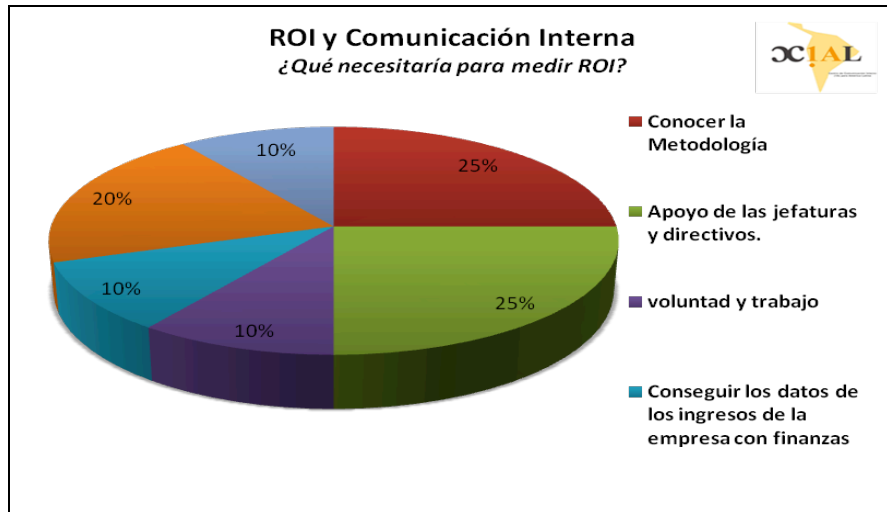
Respecto a los tipos de mediciones de comunicación interna en la que los encuestados declaran haber participado, se destaca el uso de Encuestas y Focus Group, como principal mecanismo de medición (27%).

3. ROI y Comunicación Interna

Se destaca que el 91% 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 para aplicar y disponer del compromiso de la Alta Dirección para el desarrollo de este tipo de mediciones.



El 100% de los encuestados declara que en su organización no 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 Chile, 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.

Además el 73% declara que no cuenta con herramientas de relevamiento de información, en materia de comunicación interna, solamente el 27% de los encuestados declaro haber realizado mediciones de la gestión de comunicación interna.

Un elemento relevante a la hora de realizar cualquier tipo de medición en materias de comunicación interna, es contar con una metodología y el compromiso de la Alta Dirección.



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

- *“Necesitaría hacer una medición de la comunicación interna y luego conseguir los datos de los ingresos a la empresa con finanzas.”*
- *“Conocer y utilizar la metodología.”*
- *“Generar un conocimiento de la problemática.”*
- *“Para mejorar la gestión de la comunicación interna y los objetivos a comunicar.”*
- *“Compromiso de los directivos en términos de escucha.”*
- *“La aplicación de una metodología como la 1A para desarrollar el conocimiento más detallado sobre la misma, que no se alcanza a revisar completamente en un seminario de tres horas.”*
- *“Voluntad y trabajo.”*
- *“En primer lugar demostrar la importancia de la comunicación al interior de las organizaciones.”*
- *“El apoyo de la alta gerencia.”*
- *“Conocer los resultados inmediatos de las gestiones que se llevan a cabo e informes diarios de ellas.”*
- *“Comunicación de los líderes.”*
- *“Disposición de los directivos y mandos medios.”*
- *“Aprender la metodología y su aplicación.”*
- *“Interés real de las empresas.”*
- *“Conocer, aprender y desarrollar las herramientas para medir las comunicaciones y luego llevarlas al ROI.”*