



ECIC

Resultados 6^{ta} Encuesta
Comunicaciones Internas,
Chile 2017

 **internal**



Entre noviembre y diciembre de 2017 se realizó la VI Encuesta de Comunicación Interna de Chile.

Participaron 253 personas, de empresas de diferentes rubros.

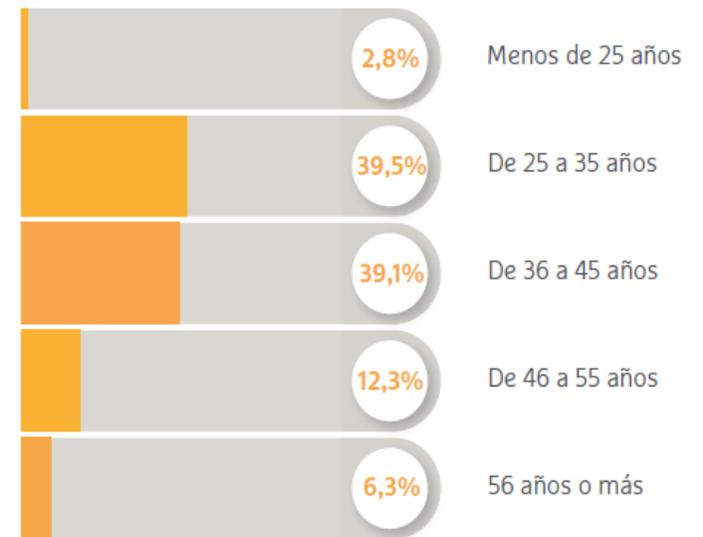
El estudio, que realiza la Consultora Internal desde el año 2012, cuenta con una muestra por conveniencia.



¿Cuál es tu rango de edad?

Los rangos de edad más repetidos entre los encuestados son de 25 a 35 y de 36 a 45 años, con un 39,5% y 39,1%, respectivamente. Disminuyen ligeramente ambos porcentajes con respecto al año anterior (45,2% y 41,8%).

Continúa un alza en el número de encuestados con menos de 25 años, pasando de 0,6% en el 2015 a 1,9% en 2016 y 2,8% en 2017.



¿Tu sexo es?

Disminuyen las mujeres que participan en la encuesta en relación a 2016, siendo este año 6 puntos porcentuales menos.

32%
Hombres

68%
Mujeres



¿En qué tipo de empresa u organización te desempeñas?

Al igual que el pasado año, la mayoría de los encuestados pertenecen al sector de servicios empresariales y profesionales (13%), seguido por educación (12,3%) y sector público (12,3%).

Desde 2015, son los tres sectores con más participación en la encuesta.

En la opción Otros, encontramos rubros como seguridad, energía renovable, marketing, hotelería, courier, forestal, agrícola, consultoría, ingeniería, fuerzas del orden, portuario, imprenta y agencias de comunicación.

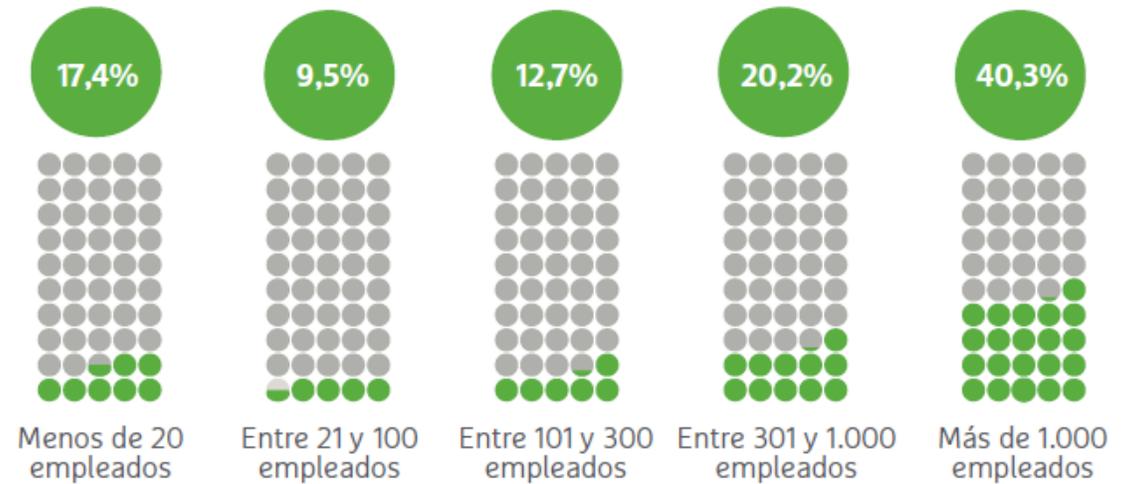


¿Cuántas personas trabajan en tu organización?

Los participantes que trabajan en una organización con más de 1.000 colaboradores corresponden al 42,3%, dos puntos menos que el año pasado.

Por su parte, este 2017 aumenta en un 2% los encuestados que trabajan en empresas que tienen entre 301 y 1.000 trabajadores, alcanzando un 20,2% del total.

También se incrementan los participantes que trabajan en compañías con menos de 20 colaboradores, pasando de un 15,4% en 2016 a un 17,4% en 2017.



VI. SOBRE LAS EMPRESAS QUE CUENTAN CON UN ÁREA DE COMUNICACIONES INTERNAS

En este capítulo respondieron sólo quienes en su organización sí existe
un área de Comunicaciones Internas

¿De qué gerencia depende el área de Comunicaciones Internas de tu organización?

Cada vez más, las áreas de Comunicaciones Internas se van desligando de Recursos Humanos. Por segundo año consecutivo, el porcentaje que depende de RRHH se ha reducido. Este 2017 suponen un 40,4%, mientras que en 2016 era un 45,1% y en 2016 un 48,3%

Por su parte, se mantienen los equipos de Comunicaciones Internas dentro de la gerencia de Comunicación Corporativa/Asuntos Corporativos, aumentando levemente de 36,2% a 36,9% en un año.

En la opción Otra, aparece Comunicaciones y RR.PP., Gerencia General, Vinculación con el Medio, Desarrollo Corporativo, Operaciones, Dirección Nacional y Unidad de Información.



¿Quién está a cargo del área de Comunicaciones Internas?

En un 75,4%, las comunicaciones internas están lideradas por periodistas/licenciados en comunicación social, seguidos por los psicólogos y relacionadores públicos, ambos con un 5,6%.

Ha aumentado en un 2% el protagonismo de los psicólogos con respecto al estudio del 2016.

En la opción Otros, los encuestados respondieron que quienes están a cargo del área de Comunicaciones Internas en sus organizaciones son administradores públicos, publicista, cientista político, diseñador, ingeniero comercial, gerente general, etc.



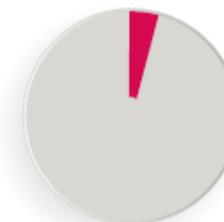
75,4%

Periodista/licenciado en comunicación social



5,6%

Psicólogo



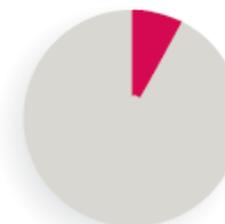
5,6%

Relacionador(a) Público(a)



4,9%

Administrativo(a)



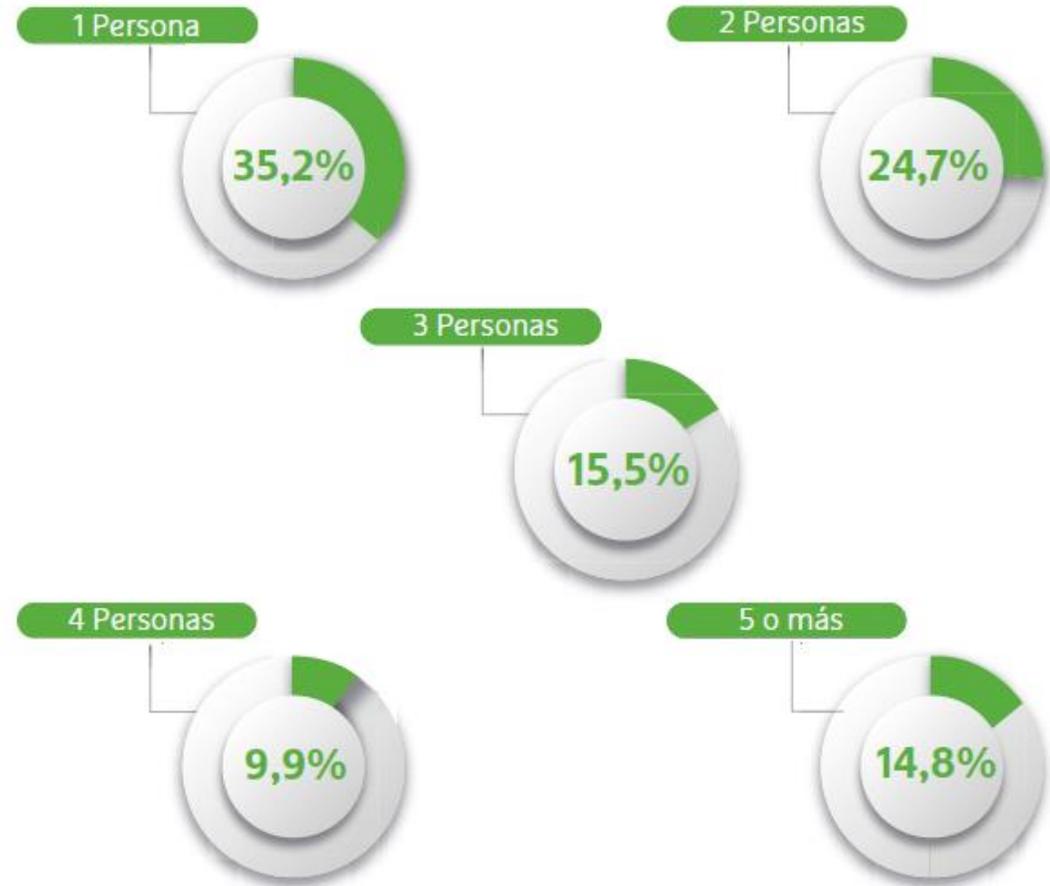
8,5%

Otros

¿Cuántas personas trabajan en el área de Comunicaciones Internas?

Continúa la tendencia de las áreas de Comunicaciones Internas unipersonales, con un 35,2%, o con 2 colaboradores, con un 24,7%.

Disminuyen las áreas con 4 miembros (14,4% en 2016), pero aumentan los equipos con 5 o más personas (11,7% en el estudio anterior).



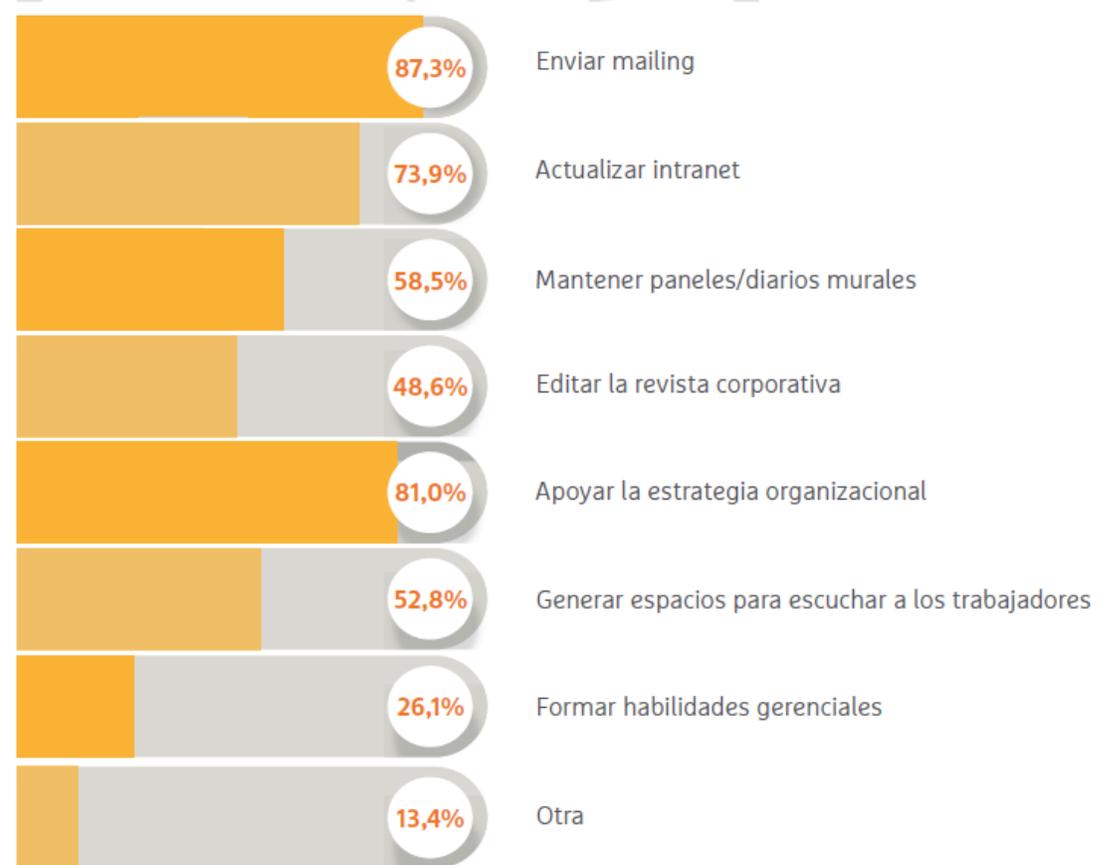
VII. TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN INTERNA

¿Cuál es la(s) principal(es) tarea(s) que cumple el área de Comunicaciones Internas?

Enviar mailing (87,3%), apoyar la estrategia organizacional (81%) y actualizar la intranet (73,9%) siguen siendo las principales tareas realizadas por el área de Comunicaciones Internas.

Este año las empresas han destinado un mayor esfuerzo en formar el estilo de liderazgo. Mientras que en 2016 el 22,1% lo tenía entre sus funciones, en 2017 es un 26,1%.

Por otro lado, disminuyen en cerca de un 5% las tareas relacionadas con la mantención de paneles o diarios murales y la edición de la revista corporativa.

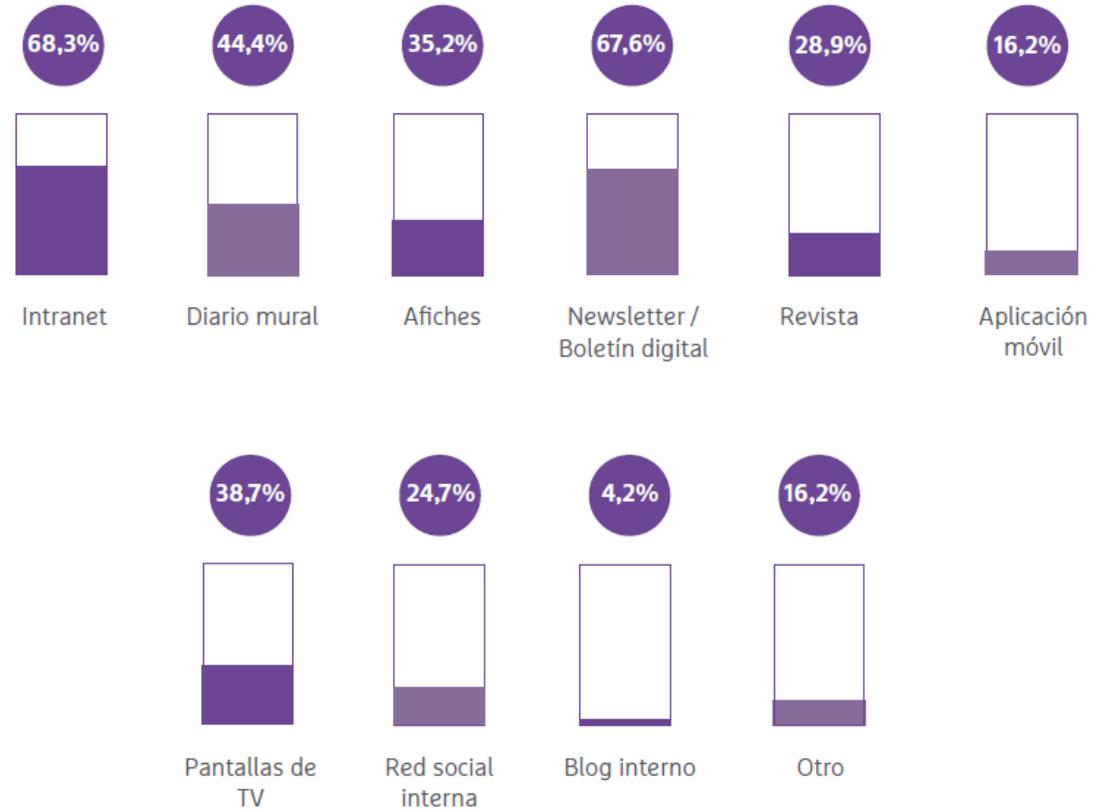


¿A través de qué medio interno se informan los colaboradores en tu organización?

Los medios internos más utilizados para informar a la organización son la intranet (68,3%), newsletter o boletín digital (67,6%) y diario mural (44,4%).

Por el contrario, el medio que menos utilizan las organizaciones es el blog interno, con un 4,2%.

Otras opciones que se contemplan son las reuniones, whatsapp, mensajes sms y radio.

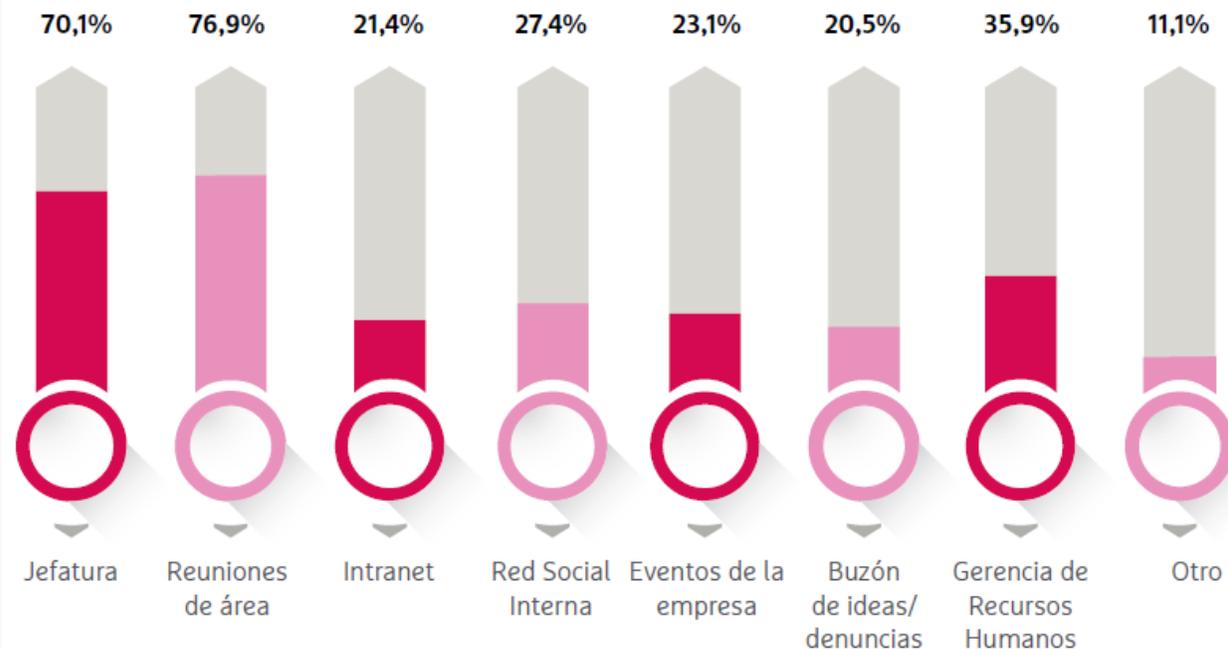


¿A través de qué medio o canal los colaboradores pueden expresar sus opiniones o realizar sugerencias dentro de la organización?

Reuniones de área (76,9%), jefatura (70,1%) y gerencia de Recursos Humanos (35,9%) son los medios más utilizados en las organizaciones para que los colaboradores opinen y expresen sus ideas.

Actualmente las empresas están prefiriendo las instancias presenciales para conocer la opinión de los equipos.

En Otros, los encuestaron añadieron medios como encuestas, reuniones ampliadas, whatsapp, foros abiertos, corresponsales internos y mesas de conversación.



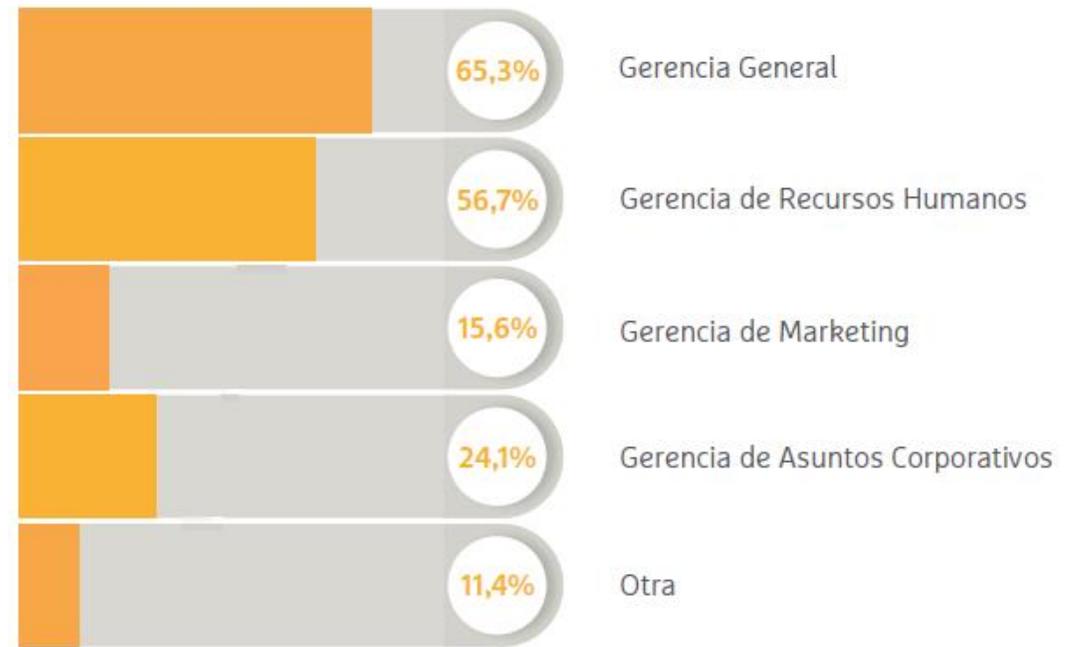
VIII. VOCERÍA INSTITUCIONAL

¿Quién emite los mensajes internos, principalmente, en tu organización?

En relación al 2016, este año la Gerencia General como vocería institucional se ha incrementado en un 10%, siendo la opción más seleccionada en detrimento de la Gerencia de Recursos Humanos, que se mantiene con un 56,7%.

En tercer y cuarto lugar, continúan Asuntos Corporativos y Marketing con un 24,1% y 15,6%, respectivamente.

En la opción Otra, algunos encuestados respondieron Dirección de Operaciones, Gerencia de Comunicaciones, Gerencia Técnica y Marca Corporativa, entre otras.



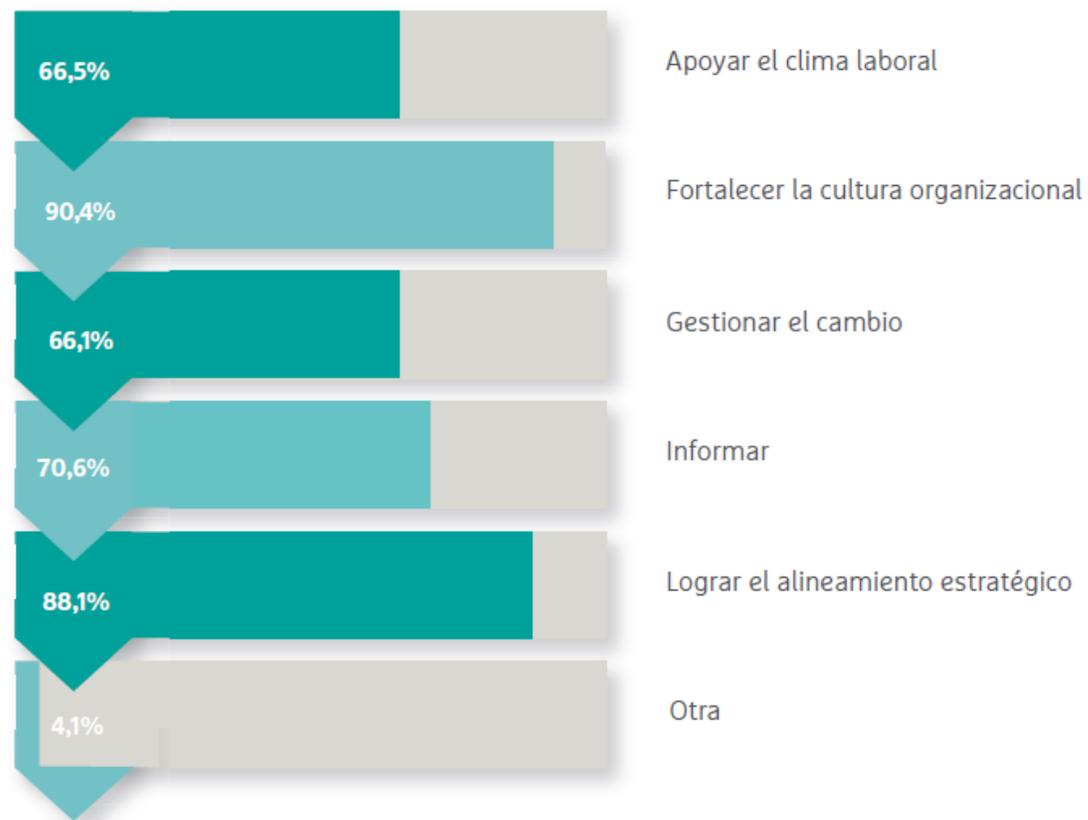
IX.
COMUNICACIÓN INTERNA Y
ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

¿Cuál es el objetivo principal que debería cumplir las comunicaciones internas?

Los principales objetivos de las comunicaciones internas de 2016 se repiten este año en el mismo orden. En primer lugar, fortalecer la cultura organizacional (90,4%), seguido de lograr el alineamiento estratégico (88,1%) e informar (70,6%).

Cabe destacar la caída de la opción Apoyar el clima laboral, la cuál desciende de 74,6% a 66,5% en apenas un año. El resto de objetivos mantienen parejos los porcentajes con respecto al estudio anterior.

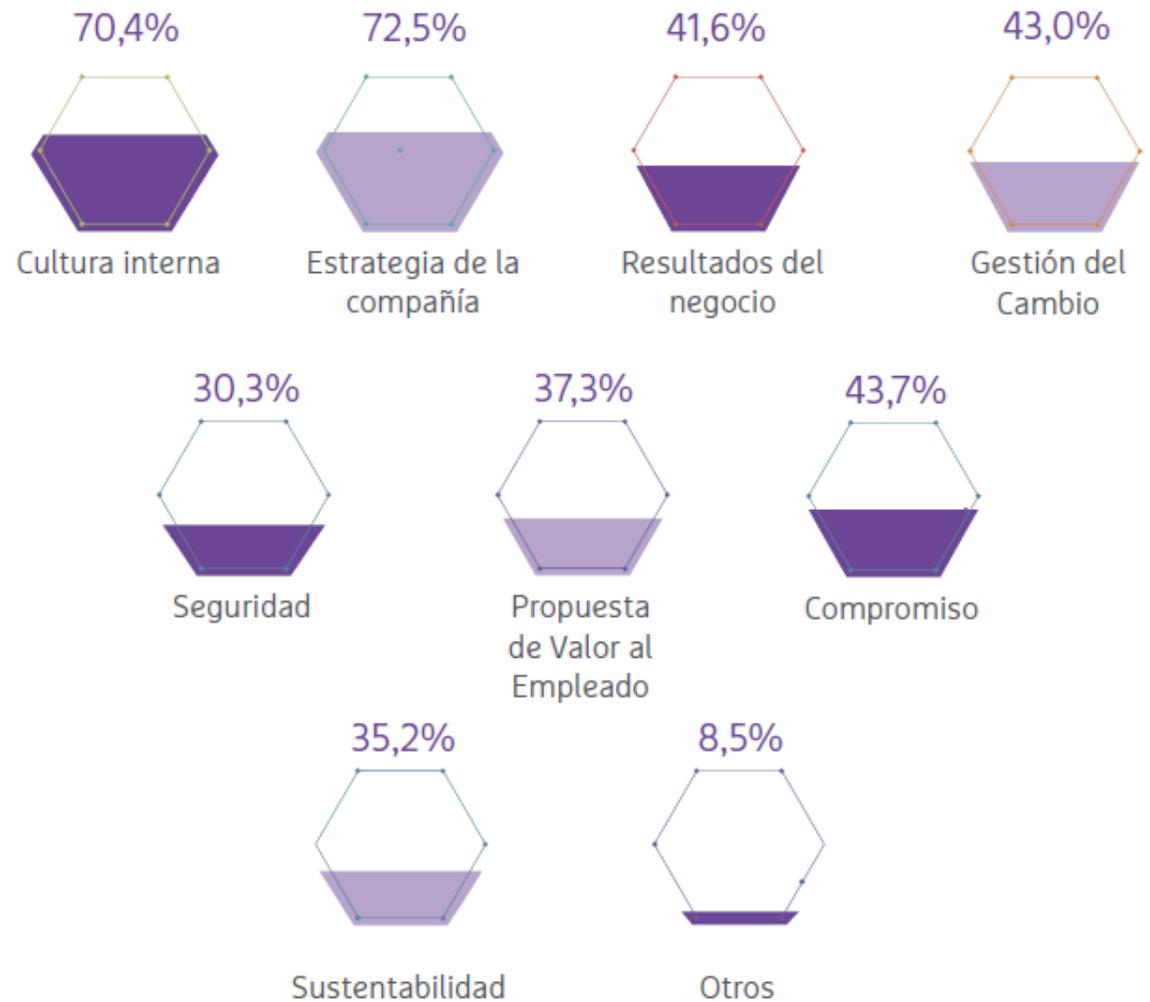
Los participantes mencionaron otros objetivos, tales como facilitar los procesos de innovación, escuchar, comprometer a los colaboradores, fortalecer los equipos y asesorar en tiempos de crisis.



¿Cuáles son los principales temas a comunicar en tu organización este 2018?

Los principales temas a comunicar del área de Comunicaciones Internas de las empresas para este 2018 son la estrategia de la compañía (72,5%), cultura interna (70,4%) y compromiso (43,7%).

Han cambiado los focos comunicacionales, ya que el año pasado las opciones más seleccionadas fueron compromiso (57,7%), cultura (55,9%) y gestión del cambio (53,2%).

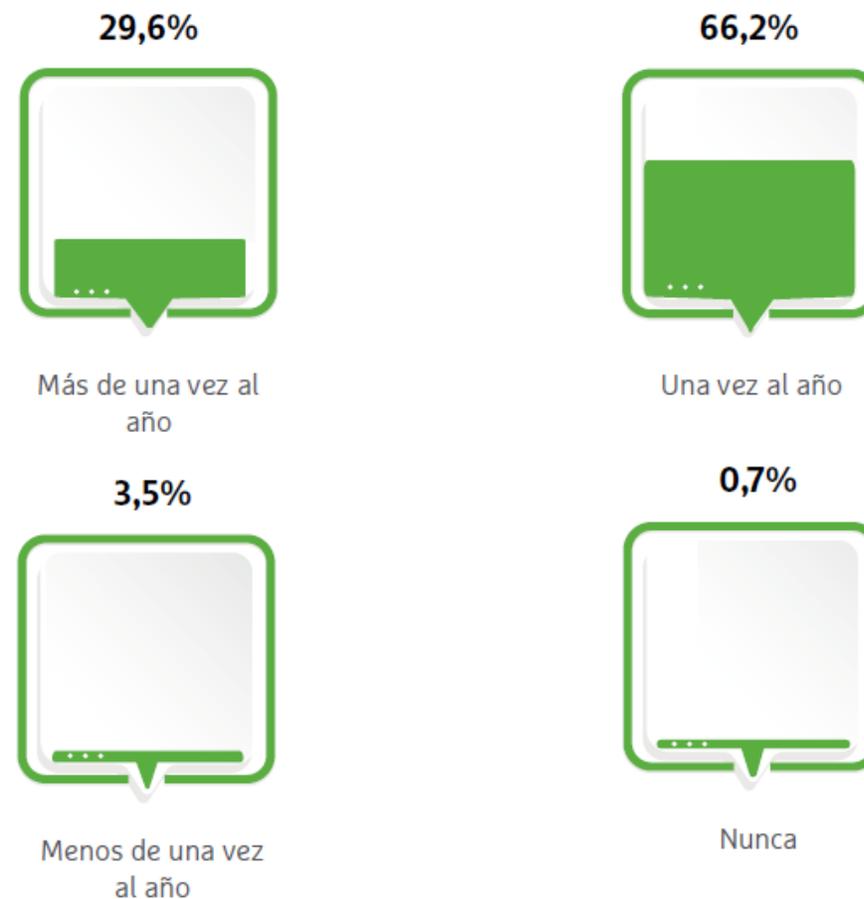


¿Cada cuánto tiempo crees que es necesario realizar un diagnóstico de comunicación interna?

De 2016 a 2017 ha descendido en 9,7 puntos el porcentaje de encuestados que creen que es oportuno realizar un diagnóstico de comunicación interna una vez al año, quedándose en un 66,2%.

Por su parte, aumentan en 9,1 puntos las personas que creen que se debiera realizar más de una vez al año.

En esta ocasión, hay un participante que contestó que no es necesario diagnosticar las comunicaciones internas.



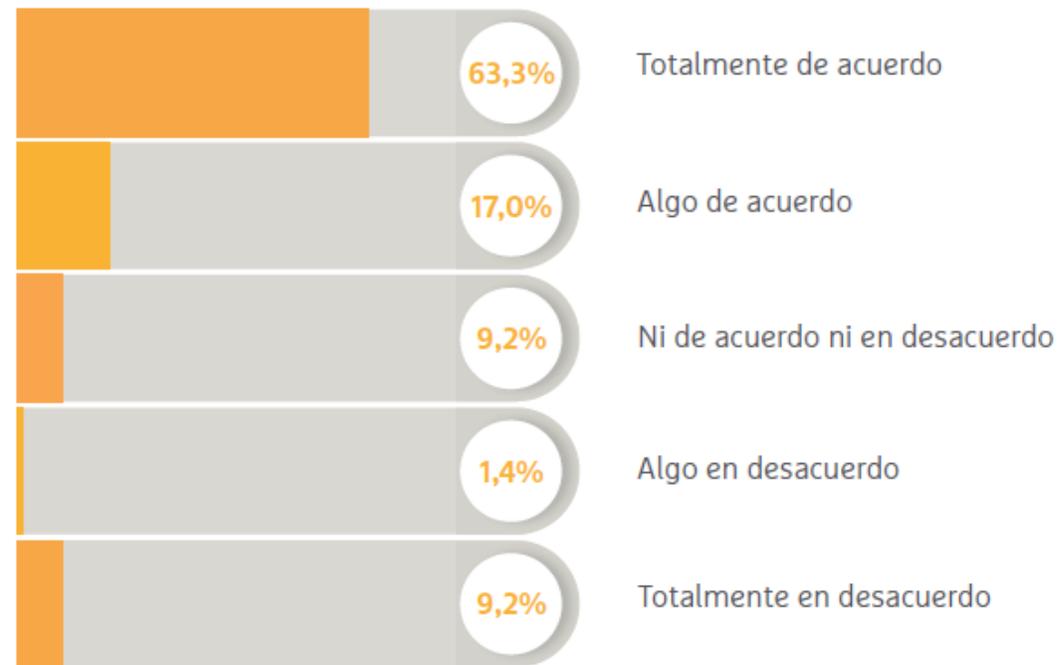
X.
PERCEPCIÓN DEL ENCUESTADO
SOBRE LAS COMUNICACIONES
INTERNAS DE SU ORGANIZACIÓN

Conozco la misión, visión y valores de mi empresa u organización

El 63,3% de los participantes está *totalmente de acuerdo*, mientras que un 17% está *algo de acuerdo*.

Esta cifra es similar a la del estudio anterior de 2016 y sutilmente superior a la del 2015 en 1,7 puntos porcentuales y 6,9 con respecto a la del 2014.

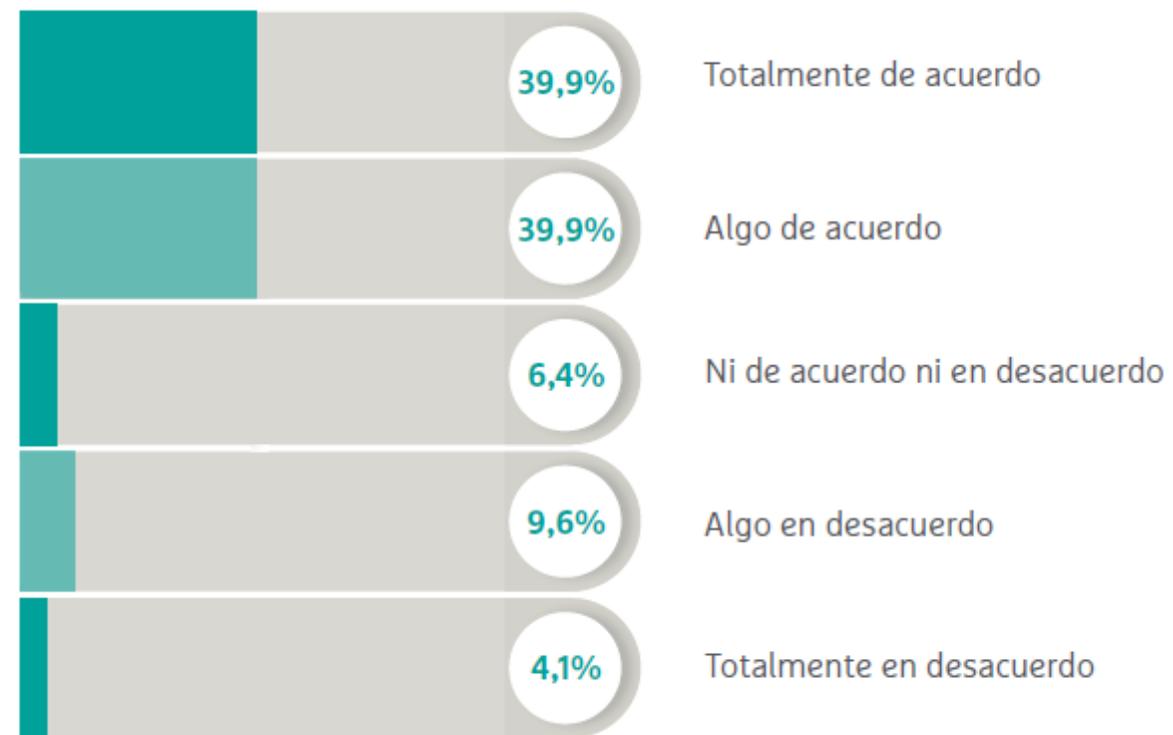
Por contra, el 9,2% afirma estar *totalmente en desacuerdo*, 2,7% menos que en 2016 y 1,2% en 2015. La reducción de esta opción se debe al traspaso de respuestas a la alternativa *algo en desacuerdo*, que aumenta en 4,3 puntos porcentuales.



Tengo la información adecuada para realizar bien mi trabajo

Casi el 80% de las personas creen que tienen la información necesaria para realizar de manera satisfactoria su trabajo. Son datos muy similares a años anteriores, a excepción de 2014 (30,3%).

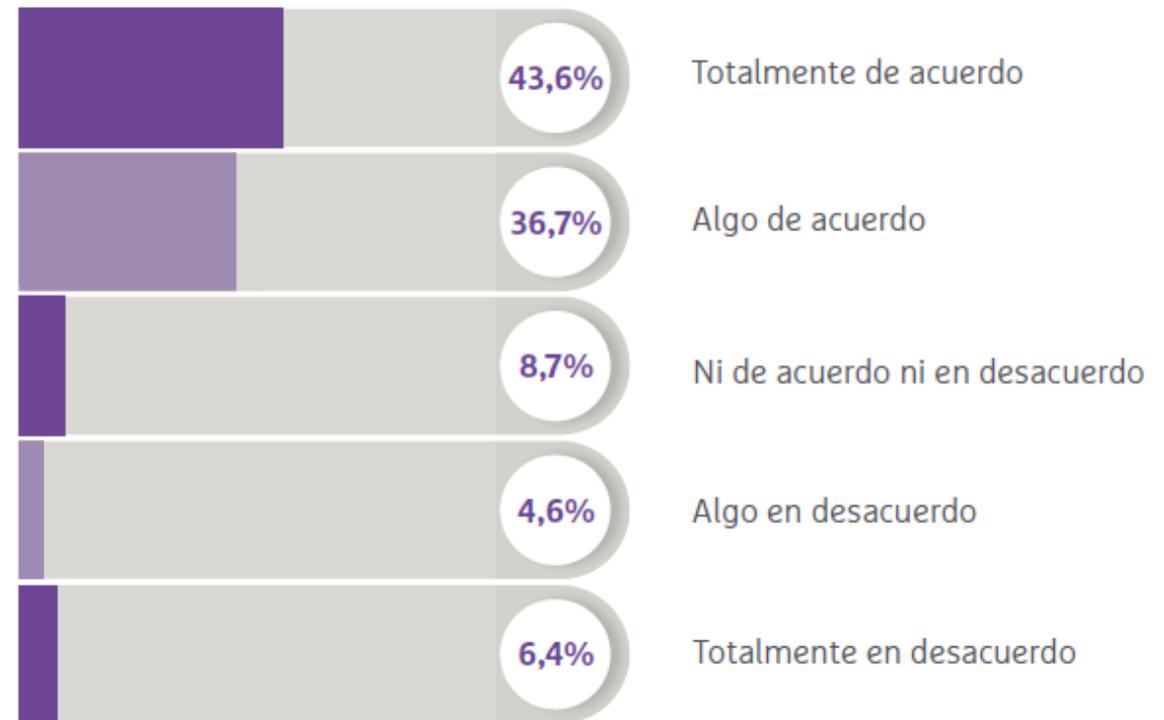
Por otro lado, desciende el porcentaje de la alternativa *totalmente en desacuerdo*, pasando de un 5,7% en 2016 a un 4,1% en 2017.



Entiendo cuál es la situación de la compañía en el mercado

El 80,3% entiende y conoce la situación de la compañía. Se vuelven a niveles similares a 2015, año en el que el 44,9% declaraba estar *totalmente de acuerdo*. Con respecto a 2016, se observa una disminución de un 9%.

Solo el 6,4% dice estar *totalmente en desacuerdo*, 2,2% menos que en 2016.

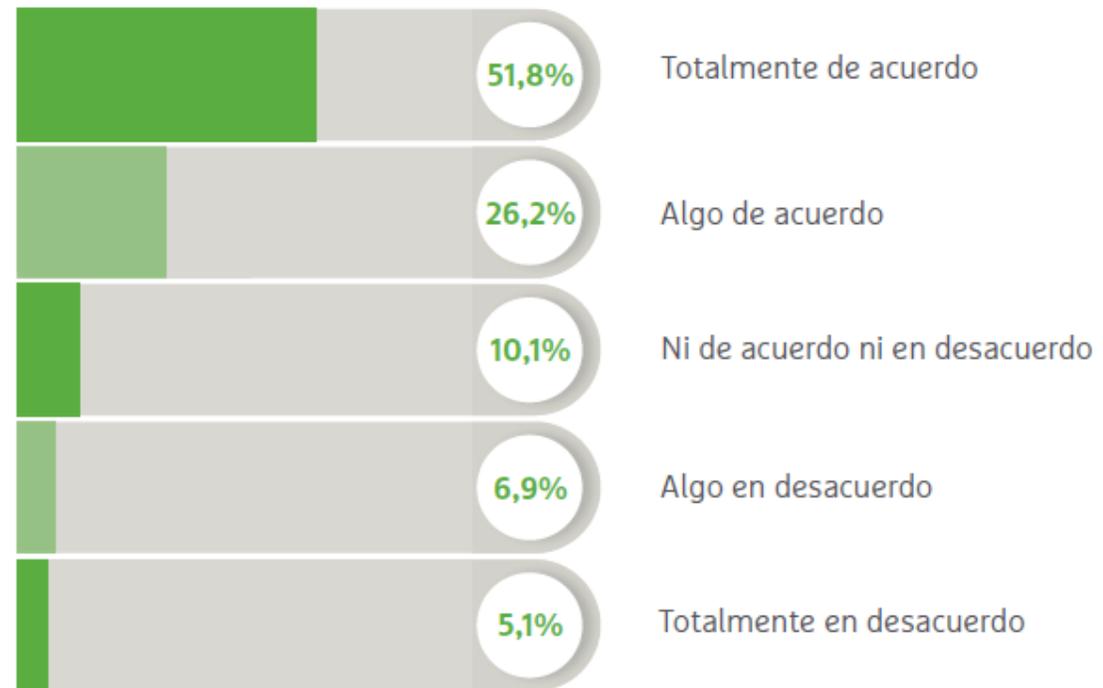


Estoy informado sobre los objetivos empresariales de mi compañía o institución

Mejoran los porcentajes en relación al estudio de 2016, aumentando un 8,5% en la alternativa *totalmente de acuerdo*, pasando de 43,3% a 51,8%.

Se mantiene estable el número de personas que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo (10,3% en 2016).

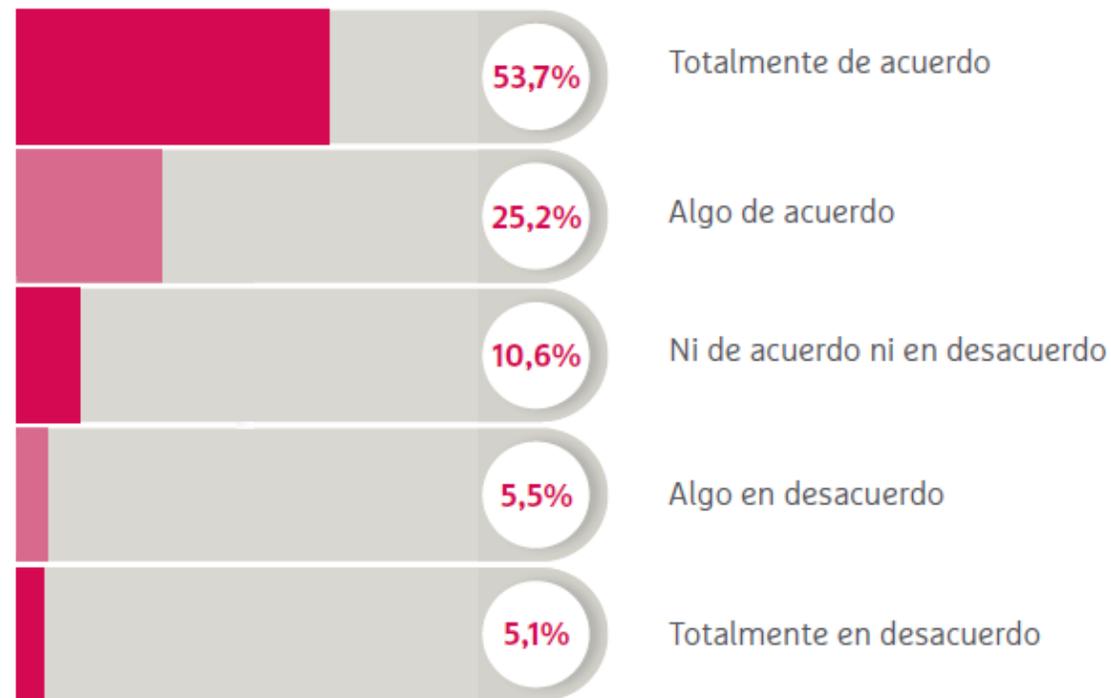
Las respuestas negativas, es decir, *algo en desacuerdo* y *totalmente en desacuerdo* disminuyen un 2,8% y 2,3%, respectivamente.



Me siento parte de la empresa y estoy comprometido con sus logros y metas

El 78,9% de los encuestados se siente parte de la empresa y comprometido con sus logros y metas. En 2016 era el 71,4%, por lo que se ha producido un aumento de un 7,5%.

Solo el 10,6% declara estar *totalmente o algo en desacuerdo*, siendo en 2016 el 17,1%.

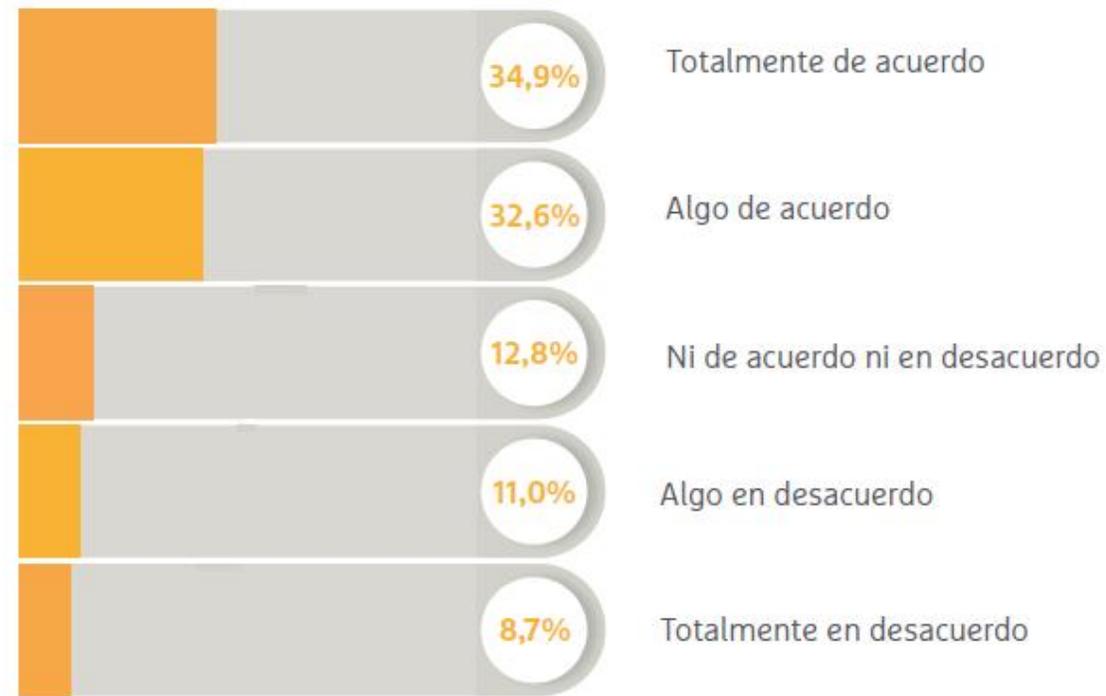


Me siento escuchado por mi organización. Mi opinión importa

El 67,4% de las personas se sienten escuchadas en su organización, al estar *totalmente de acuerdo* o *algo de acuerdo* con la afirmación.

En 2016, el 36,6% manifestaba estar *totalmente de acuerdo* y el 32,6%, *algo de acuerdo*, mientras que en 2015 las cifras fueron inferiores, siendo 31,5% y 29,7%, respectivamente.

Por otro lado, la cifra de personas que están *totalmente en desacuerdo* baja de 12% a 8,7% con respecto al año anterior.



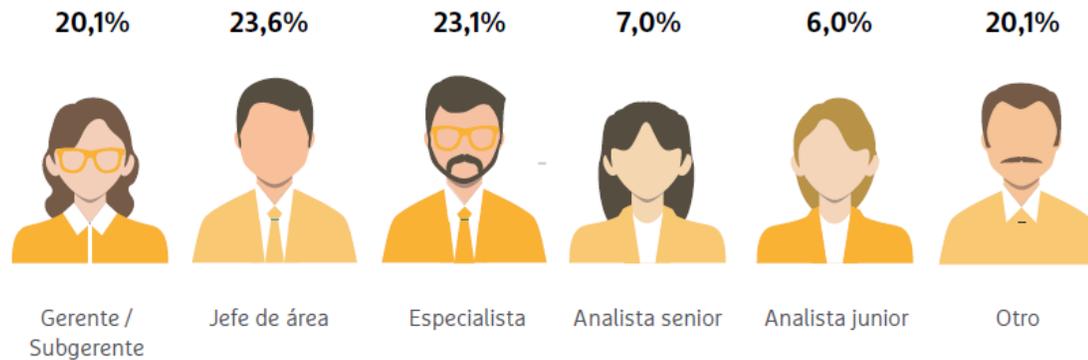
XI. CONDICIONES LABORALES

En este capítulo se pretende conocer sobre estabilidad laboral,
condiciones salariales y proyecciones.

Si eres profesional del área de Comunicaciones, tu cargo es:

Los cargos más repetidos de los encuestados son jefe de área (23,6%), especialista (23,1%) y gerente/subgerente (20,1%). Entre ellos suman más del 65% de los participantes.

En Otro, aparecen cargos como asistente, periodista o coordinador.

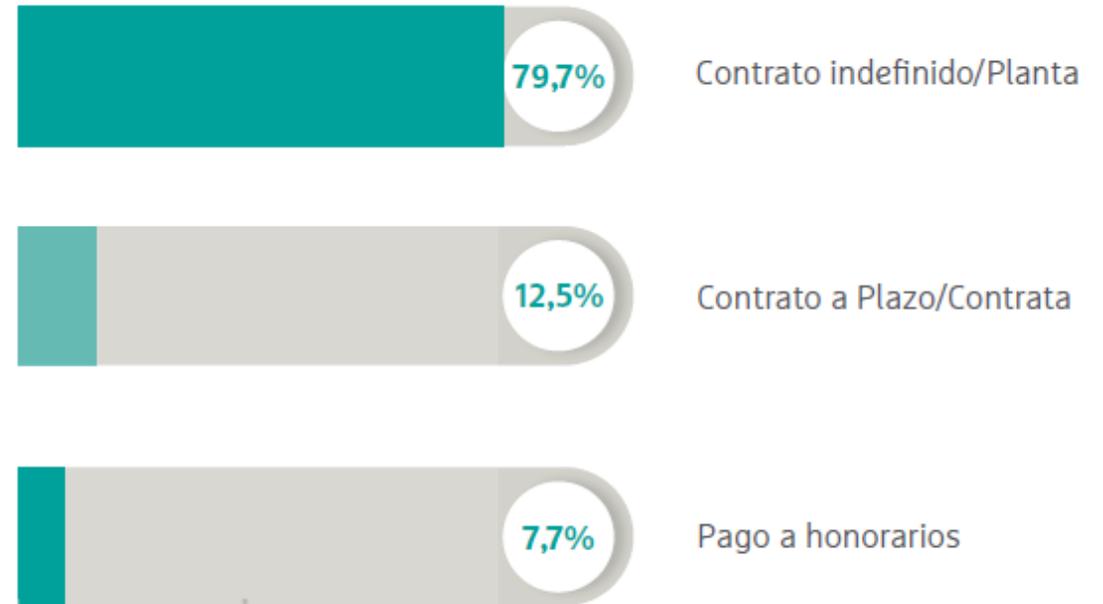


¿Cuál es tu situación laboral en la organización en que te encuentras?

El 79,7% tiene contrato indefinido, un 4,1% y 6,2% más que en 2016 y 2015, respectivamente. En 2014, era el 78,4%.

Por otro lado, disminuyen los contratos a plazo, pasando de un 18,4% en 2016 a un 12,5% en 2017.

El porcentaje de pago a honorarios aumenta, de 6% a 7,7%.



Tu rango de salario líquido se encuentra en (cifras expresadas en CLP):

El 66,5% de los participantes en el estudio percibe un salario de más de \$1 millón.

Mientras, el 28,6% gana \$2 millones o más y el 5,8% recibe una cantidad por debajo de \$500.000, cifra inferior a 2016 en 3,2 puntos.

Asimismo, ha descendido en un 3,7% el número de personas que tienen un salario entre \$500.001 y \$800.000.

En términos generales, las condiciones monetarias de los responsables de las comunicaciones internas han mejorado con respecto al año pasado.

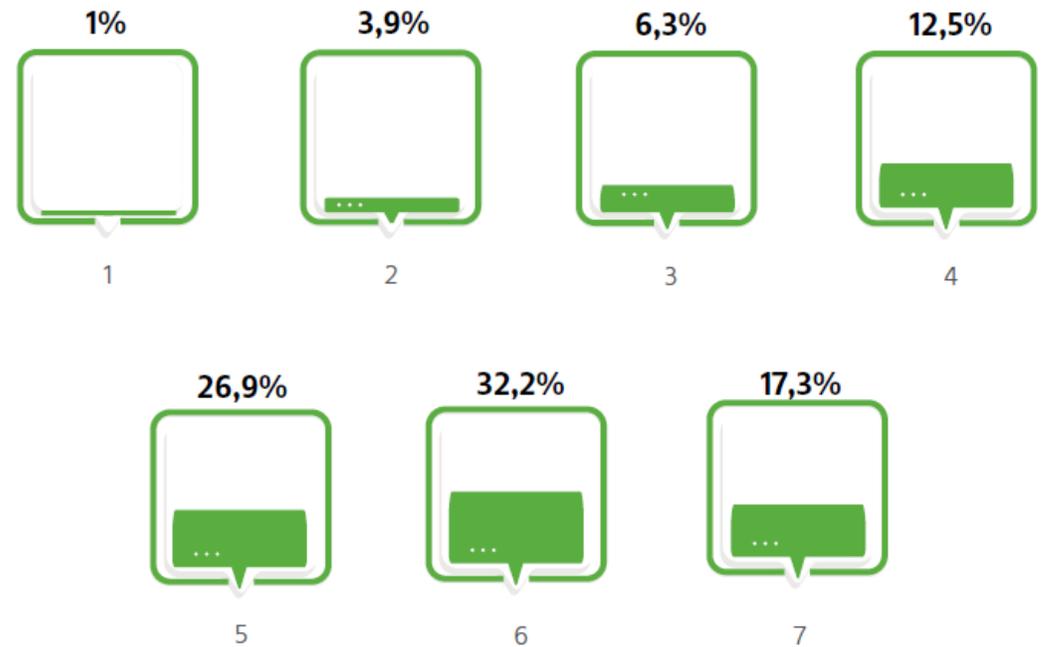


De a 1 a 7, ¿qué tan satisfecho te encuentras con tus condiciones laborales?

El promedio de satisfacción con las condiciones laborales es de 5,26, mientras que en 2016 era de 5,16.

Se refleja un aumento de personas que valoraron sus condiciones con un 7, pasando de 12,6% a 17,3% en un año, pero disminuye quienes lo hicieron con un 6 (35,3% en 2016).

Solo el 1% respondió con un 1.



¿Cuánto tiempo más te proyectas en tu organización?

Más del 50% de los encuestados se proyecta en su organización más de dos años, siendo el 22,1% los que se ven en la misma empresa más de 5 años. En tanto, el 22,1% está buscando empleo.

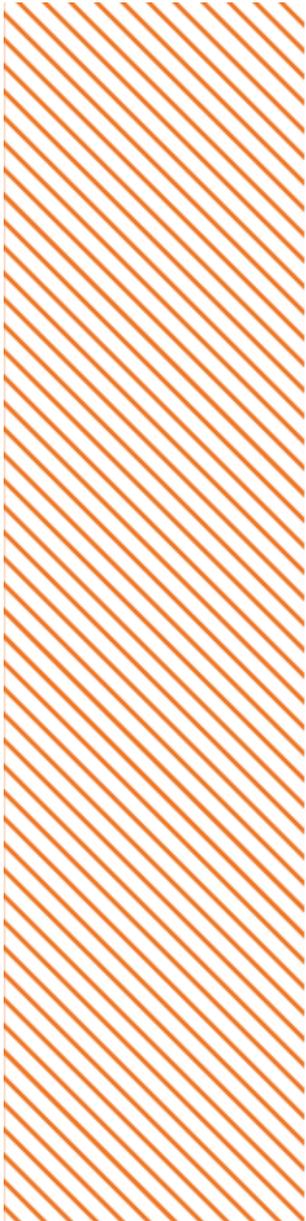
Las cifras son similares al año pasado, no han sufrido cambios significativos.



XII. CONCLUSIONES



- ☾ Las empresas que más apuestan por las comunicaciones internas son aquellas que tienen más de 1.000 colaboradores, suponiendo estas un 40,3% del total.
- ☾ A pesar del contexto económico poco favorable, este 2017 ha aumentado el número de organizaciones con área de Comunicaciones Internas, la cual se está desligando cada vez más de la Gerencia de Recursos Humanos. Se observa la tendencia de incorporar esta área en la Gerencia General o Comunicaciones y RRPP.
- ☾ En los últimos años ha aumentado la presencia de psicólogos en cargos dentro del área de Comunicaciones Internas.
- ☾ La mayoría de áreas de Comunicaciones Internas está formada por 1 o 2 personas. Suponen más del 50% de empresas.
- ☾ Aumenta la preocupación de Comunicaciones Internas por fortalecer el liderazgo dentro de la organización, mientras que descienden los esfuerzos por mantener los diarios murales y editar la revista corporativa. Esto puede ser consecuencia de la transformación digital que están viviendo las empresas.

- 
- Los medios internos preferidos en las organizaciones son la intranet, newsletter / boletín digital, diario mural y pantallas de TV. Hay una predominancia de los medios digitales frente a los impresos en papel.
 - Aún queda trabajo por hacer en relación a la bidireccionalidad de la comunicación interna, ya que solo 6 de cada 10 empresas tienen mecanismos formales para escuchar a los trabajadores. En este sentido los medios más habituales son las reuniones de área y la jefatura, dos medios presenciales.
 - Gerencia General desplaza este año a Recursos Humanos como principal opción para desempeñar labores de vocería institucional para el público interno.
 - Como área estratégica dentro de la organización, Comunicaciones Internas tiene como principales objetivos la cultura, el alineamiento estratégico y el clima laboral. En este sentido, los principales focos para este 2018 serán comunicar la estrategia de la compañía, la cultura interna y temas relacionados con compromiso.



- Ⓒ Cerca del 90% de las empresas creen necesario evaluar el estado de sus comunicaciones internas a través de un diagnóstico con el fin de adecuar su estrategia.
- Ⓒ Las condiciones laborales de los encargados de comunicaciones internas ha mejorado este año, a pesar de la inestabilidad económica.

#DESAFÍOCI

- Mirada Estratégica: menos envíos de mail, más aporte a la estrategia corporativa
- Transformación: ser parte y apalancar procesos de transformación de negocio, culturales y digitales, en boga hoy.
- Ser oferta para procesos de cambio organizacional.
- No quedarse fuera de la conversación estratégica de la organización.



AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que se tomaron un tiempo para responder la encuesta de manera sincera.

Al área de Diseño, en especial a Millaray Campos y Anita Flores, por su compromiso con el trabajo bien hecho.

Al equipo Internal.

En definitiva, a todas aquellas personas que han hecho posible el estudio.



Gracias!

