

INFORME DE ESTUDIO CUANTITATIVO

BARÓMETRO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA PERÚ 2017

Lima, Diciembre 2017

FICHA TÉCNICA

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Obtener información sobre la percepción de la comunicación corporativa en el Perú, entre directores y profesionales de comunicación participantes en ENDICOM 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo 1: Determinar los factores críticos de éxito en la comunicación corporativa.

Objetivo 2: Conocer la ubicación de la comunicación corporativa en la estructura orgánica.

Objetivo 3: Conocer el estado de la gestión de la comunicación corporativa.

Objetivo 4: Conocer el estado de la gestión de la comunicación interna.

Objetivo 5: Conocer el estado de la gestión de la comunicación externa.

Objetivo 6: Conocer el estado de la gestión de la responsabilidad social corporativa.

ENDICOM 2017

Estudio realizado en colaboración con ENDICOM 2017.

METODOLOGÍA

Se desarrolló una investigación cuantitativa mediante la técnica de la encuesta, que permite obtener información a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de la población estudiada o universo.

El trabajo de campo se realizó mediante la autoaplicación del cuestionario, durante la realización del VI Encuentro Anual de Directores de Comunicación ENDICOM 2017.

UNIVERSO

Población de directores de comunicación y profesionales de comunicación participantes en el VI Encuentro Anual de Directores de Comunicación ENDICOM 2017.

MUESTRA

Tamaño de la muestra: 171 directores y profesionales de comunicación participantes en el VI Encuentro Anual de Directores de Comunicación ENDICOM 2017 que respondieron la encuesta.

Segmentación de la muestra: Por sexo, edad y sector (público y privado).

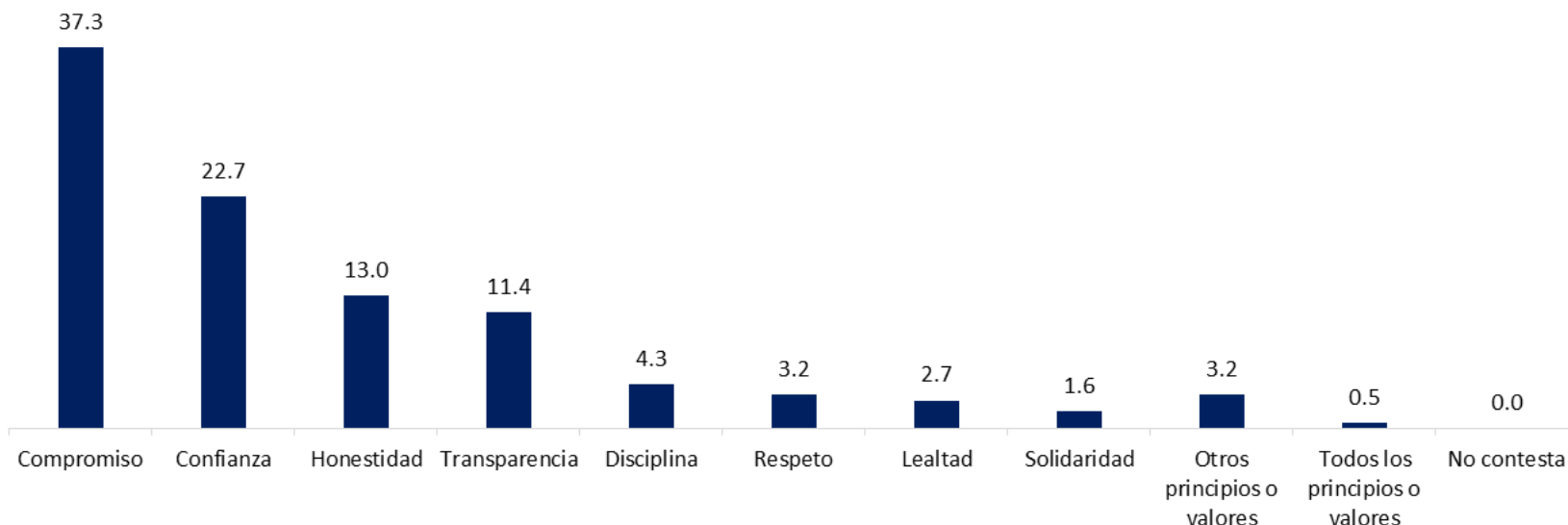
TRABAJO DE CAMPO

Fecha de campo: El trabajo de campo se realizó el martes 21 de noviembre de 2017.

RESULTADOS

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

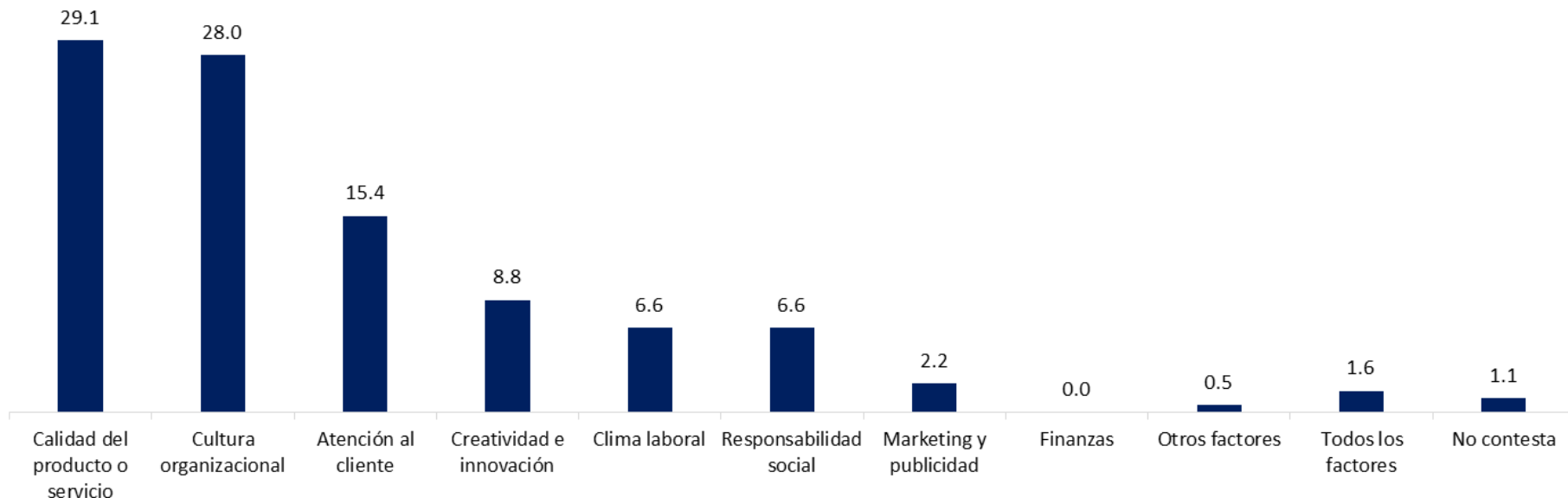
1. PRINCIPIO O VALOR MÁS IMPORTANTE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA



1. PRINCIPIO O VALOR MÁS IMPORTANTE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Compromiso	37.3	34.2	39.3	40.7	34.3	35.0	40.0
Confianza	22.7	26.0	20.5	19.8	25.3	22.0	23.5
Honestidad	13.0	8.2	16.1	12.8	13.1	13.0	12.9
Transparencia	11.4	11.0	11.6	8.1	14.1	13.0	9.4
Disciplina	4.3	5.5	3.6	5.8	3.0	4.0	4.7
Respeto	3.2	2.7	3.6	3.5	3.0	5.0	1.2
Lealtad	2.7	2.7	2.7	4.7	1.0	3.0	2.4
Solidaridad	1.6	4.1	0.0	2.3	1.0	2.0	1.2
Otros principios o valores	3.2	5.5	1.8	2.3	4.0	2.0	4.7
Todos los principios o valores	0.5	0.0	0.9	0.0	1.0	1.0	0.0
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

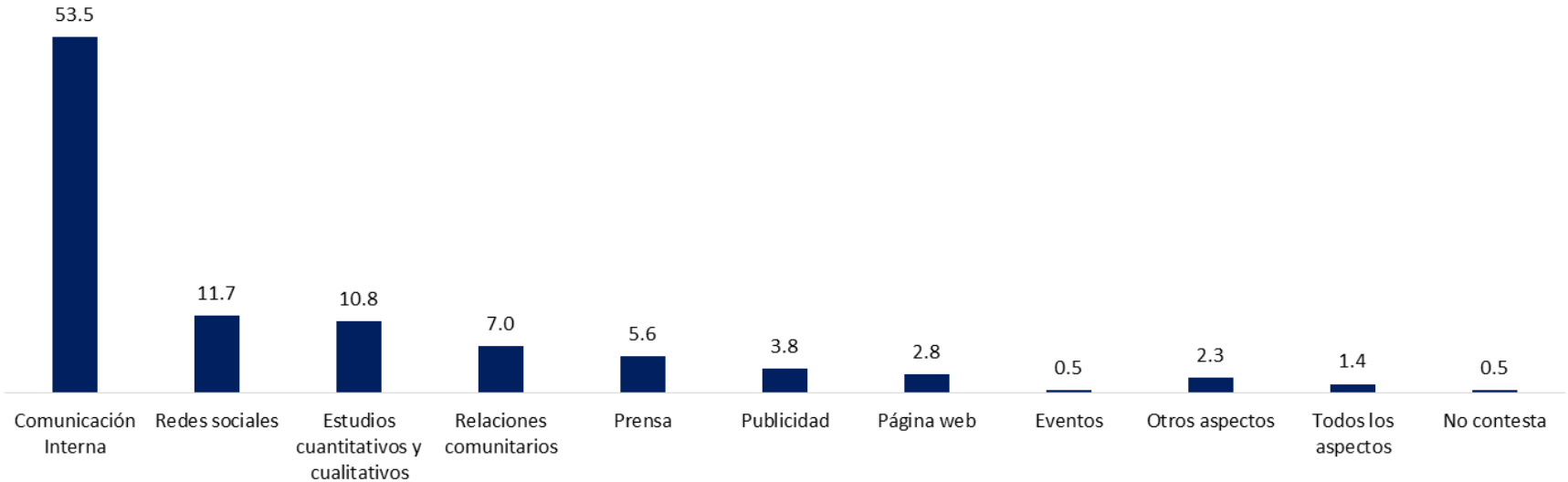
2. PRINCIPAL FACTOR PARA LOGRAR UNA REPUTACIÓN CORPORATIVA SÓLIDA



2. PRINCIPAL FACTOR PARA LOGRAR UNA REPUTACIÓN CORPORATIVA SÓLIDA

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Calidad del producto o servicio	29.1	23.9	32.4	24.7	32.7	31.7	25.9
Cultura organizacional	28.0	33.8	24.3	25.9	29.7	23.8	33.3
Atención al cliente	15.4	14.1	16.2	16.0	14.9	15.8	14.8
Creatividad e innovación	8.8	16.9	3.6	8.6	8.9	8.9	8.6
Clima laboral	6.6	4.2	8.1	9.9	4.0	6.9	6.2
Responsabilidad social	6.6	4.2	8.1	8.6	5.0	6.9	6.2
Marketing y publicidad	2.2	1.4	2.7	3.7	1.0	4.0	0.0
Finanzas	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros factores	0.5	0.0	0.9	0.0	1.0	1.0	0.0
Todos los factores	1.6	0.0	2.7	1.2	2.0	1.0	2.5
No contesta	1.1	1.4	0.9	1.2	1.0	0.0	2.5
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

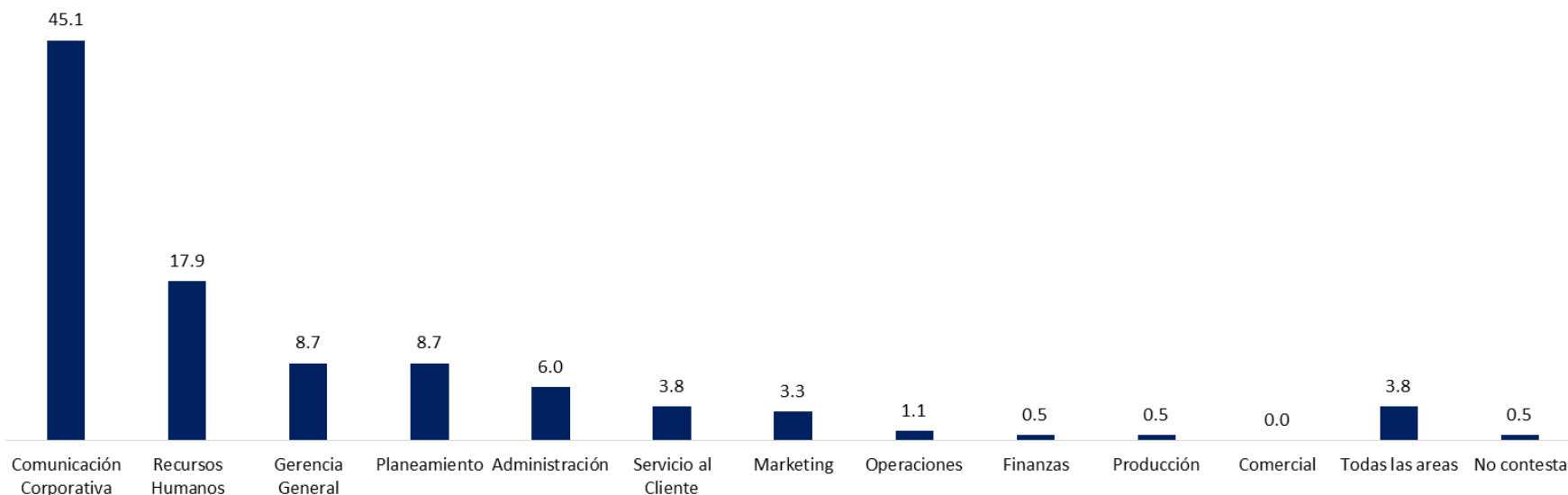
3. ASPECTOS DE GESTIÓN MÁS IMPORTANTES PARA EL ÉXITO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (RESPUESTA MÚLTIPLE)



3. ASPECTOS DE GESTIÓN MÁS IMPORTANTES PARA EL ÉXITO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Comunicación Interna	53.5	51.2	55.0	60.9	47.9	56.4	50.5
Redes sociales	11.7	13.4	10.7	7.6	14.9	10.0	13.6
Estudios cuantitativos y cualitativos	10.8	11.0	10.7	15.2	7.4	8.2	13.6
Relaciones comunitarios	7.0	6.1	7.6	5.4	8.3	6.4	7.8
Prensa	5.6	3.7	6.9	1.1	9.1	5.5	5.8
Publicidad	3.8	3.7	3.8	5.4	2.5	4.5	2.9
Página web	2.8	3.7	2.3	0.0	5.0	4.5	1.0
Eventos	0.5	0.0	0.8	0.0	0.8	0.9	0.0
Otros aspectos	2.3	4.9	0.8	2.2	2.5	1.8	2.9
Todos los aspectos	1.4	1.2	1.5	2.2	0.8	0.9	1.9
No contesta	0.5	1.2	0.0	0.0	0.8	0.9	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

4. ÁREA MÁS IMPORTANTE PARA EL ÉXITO DE UNA ORGANIZACIÓN

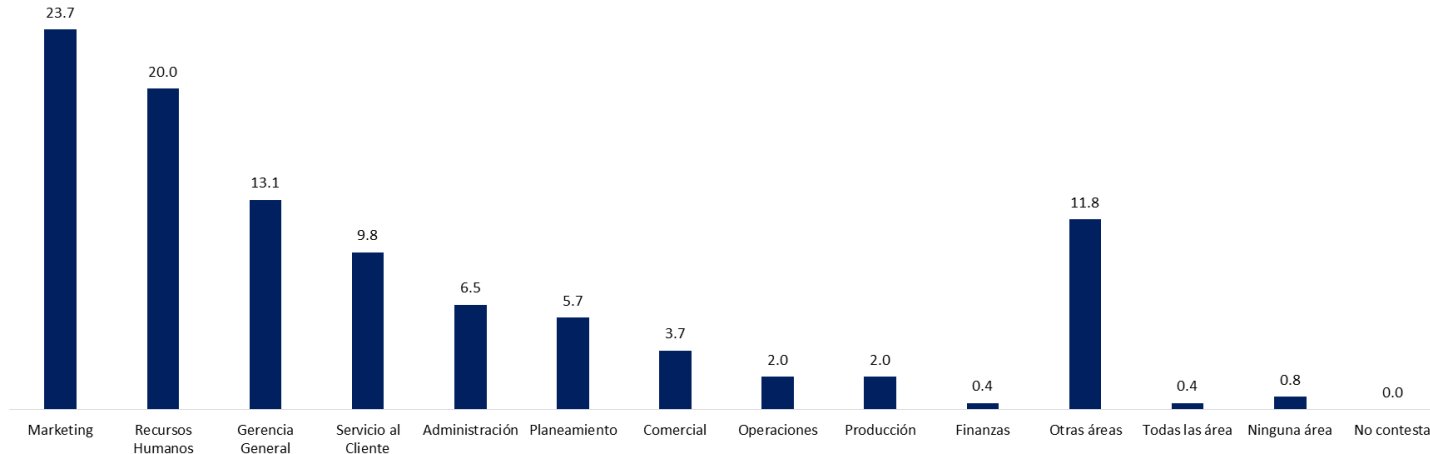


4. ÁREA MÁS IMPORTANTE PARA EL ÉXITO DE UNA ORGANIZACIÓN

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Comunicación Corporativa	45.1	45.2	45.0	53.7	38.2	50.0	39.5
Recursos Humanos	17.9	13.7	20.7	15.9	19.6	21.4	14.0
Gerencia General	8.7	9.6	8.1	6.1	10.8	5.1	12.8
Planeamiento	8.7	11.0	7.2	8.5	8.8	3.1	15.1
Administración	6.0	5.5	6.3	2.4	8.8	7.1	4.7
Servicio al Cliente	3.8	2.7	4.5	0.0	6.9	6.1	1.2
Marketing	3.3	8.2	0.0	4.9	2.0	2.0	4.7
Operaciones	1.1	1.4	0.9	1.2	1.0	2.0	0.0
Finanzas	0.5	0.0	0.9	0.0	1.0	0.0	1.2
Producción	0.5	1.4	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2
Comercial	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Todas las areas	3.8	0.0	6.3	6.1	2.0	3.1	4.7
No contesta	0.5	1.4	0.0	0.0	1.0	0.0	1.2
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LA ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

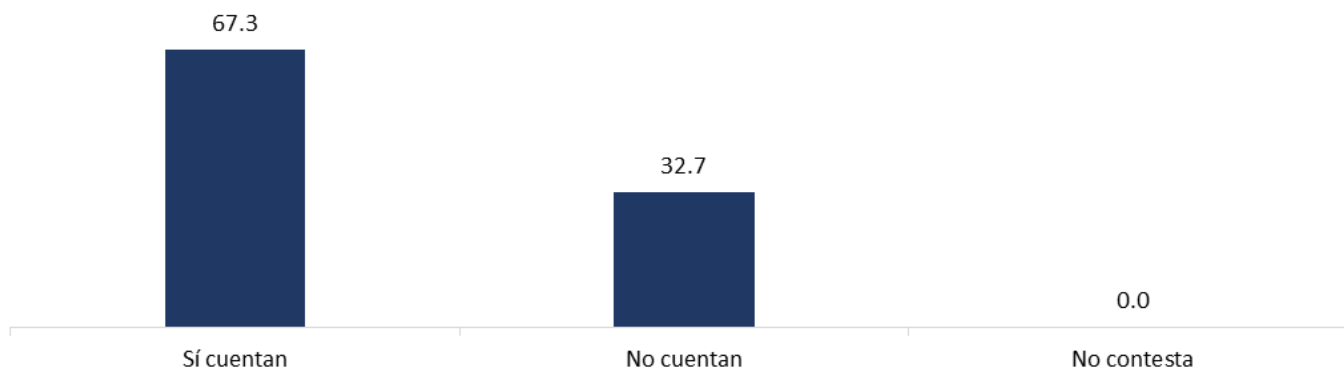
5. ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN EN LAS QUE SE REALIZAN FUNCIONES DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA (RESPUESTA MÚLTIPLE)



5. ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN EN LAS QUE SE REALIZAN FUNCIONES DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Marketing	23.7	24.5	23.1	28.0	21.1	22.9	24.8
Recursos Humanos	20.0	14.3	23.8	28.0	15.1	24.6	16.0
Gerencia General	13.1	12.2	13.6	11.8	13.8	13.6	12.8
Servicio al Cliente	9.8	9.2	10.2	5.4	12.5	9.3	10.4
Administración	6.5	7.1	6.1	4.3	7.9	5.1	8.0
Planeamiento	5.7	7.1	4.8	5.4	5.9	3.4	8.0
Comercial	3.7	4.1	3.4	4.3	3.3	0.8	6.4
Operaciones	2.0	4.1	0.7	1.1	2.6	1.7	0.8
Producción	2.0	4.1	0.7	1.1	2.6	0.0	4.0
Finanzas	0.4	0.0	0.7	1.1	0.0	0.0	0.8
Otras áreas	11.8	11.2	12.2	9.7	13.2	18.6	5.6
Todas las área	0.4	1.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.8
Ninguna área	0.8	1.0	0.7	0.0	1.3	0.0	1.6
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

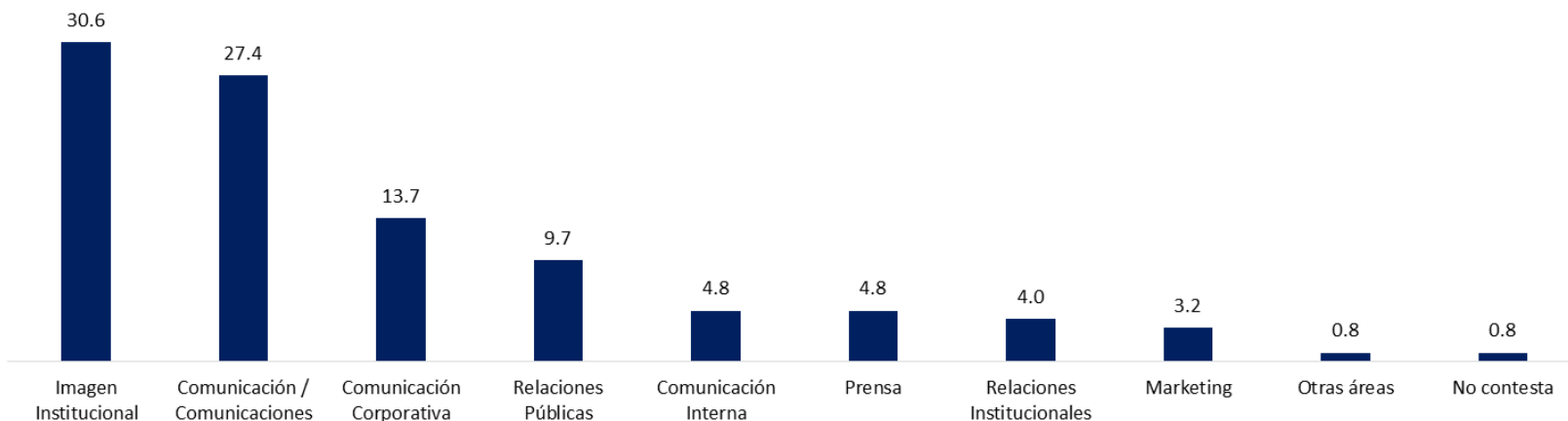
6. NIVEL DE ORGANIZACIONES QUE CUENTAN CON UN ÁREA ESPECÍFICA O MÁS DE UN ÁREA ESPECÍFICA PARA EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA



6. ORGANIZACIONES QUE CUENTAN CON UN ÁREA ESPECÍFICA O MÁS DE UN ÁREA ESPECÍFICA PARA EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí cuentan	67.3	72.9	63.4	58.0	75.6	76.1	57.0
No cuentan	32.7	27.1	36.6	42.0	24.4	23.9	43.0
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

7. NOMBRE DEL ÁREA O ÁREAS DEDICADAS A LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA ANTERIOR) (RESPUESTA MÚLTIPLE)

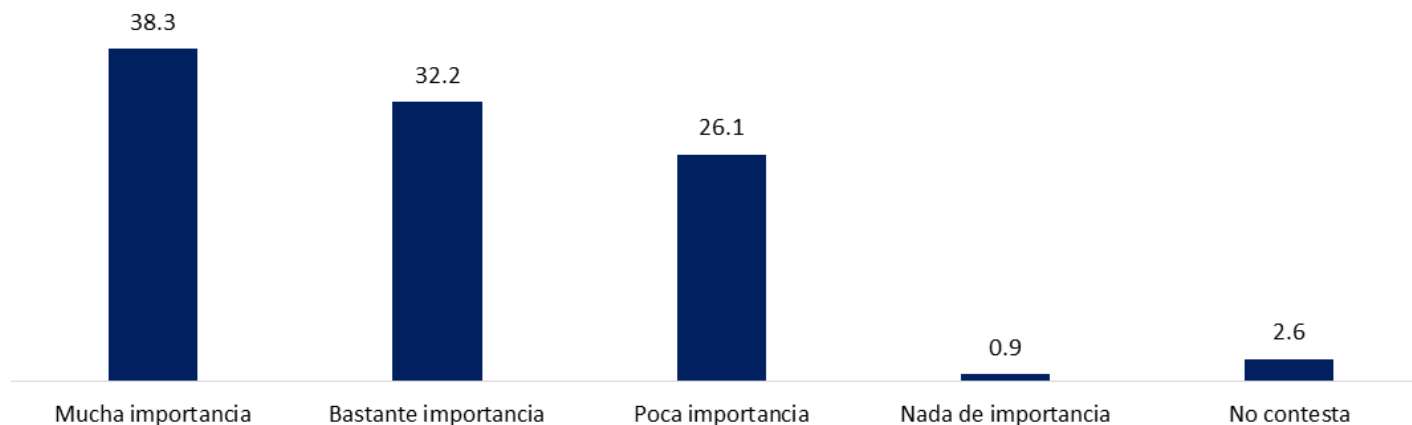


7. NOMBRE DEL ÁREA O ÁREAS DEDICADAS A LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA ANTERIOR) (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Imagen Institucional	30.6	41.2	23.3	36.7	26.7	42.9	10.6
Comunicación / Comunicaciones	27.4	23.5	30.1	20.4	32.0	24.7	31.9
Comunicación Corporativa	13.7	15.7	12.3	14.3	13.3	10.4	19.1
Relaciones Públicas	9.7	7.8	11.0	10.2	9.3	11.7	6.4
Comunicación Interna	4.8	2.0	6.8	8.2	2.7	1.3	10.6
Prensa	4.8	3.9	5.5	2.0	6.7	2.6	8.5
Relaciones Institucionales	4.0	0.0	6.8	0.0	6.7	3.9	4.3
Marketing	3.2	3.9	2.7	6.1	1.3	0.0	8.5
Otras áreas	0.8	0.0	1.4	0.0	1.3	1.3	0.0
No contesta	0.8	2.0	0.0	2.0	0.0	1.3	0.0
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta anterior	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

8. IMPORTANCIA QUE LA ORGANIZACIÓN ASIGNA AL ÁREA QUE MANEJA O ÁREAS QUE MANEJAN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

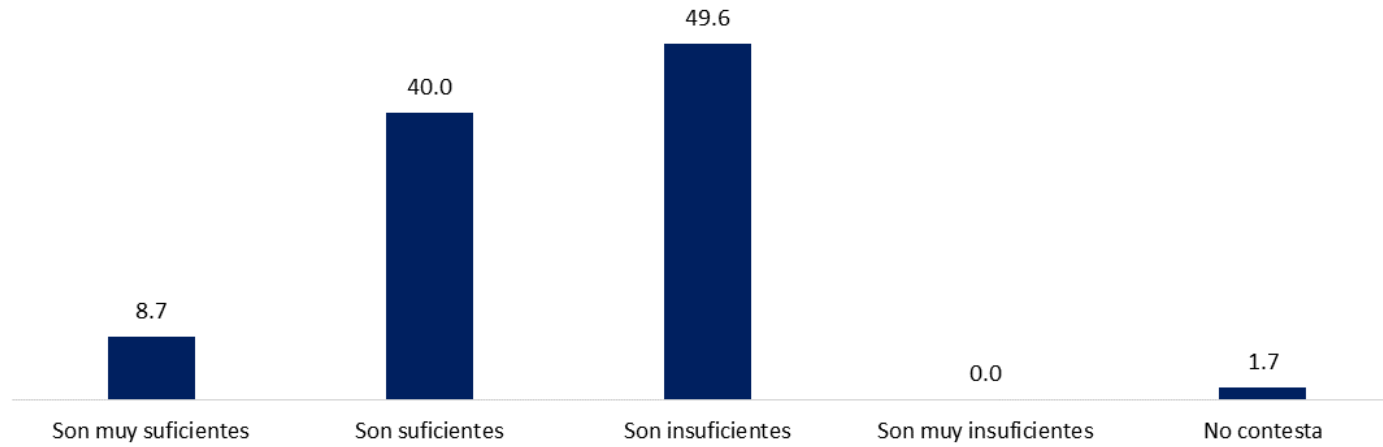


8. IMPORTANCIA QUE LA ORGANIZACIÓN ASIGNA AL ÁREA QUE MANEJA O ÁREAS QUE MANEJAN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Mucha importancia	38.3	37.3	39.1	40.4	36.8	30.0	51.1
Bastante importancia	32.2	33.3	31.3	31.9	32.4	32.9	31.1
Poca importancia	26.1	25.5	26.6	25.5	26.5	34.3	13.3
Nada de importancia	0.9	0.0	1.6	0.0	1.5	1.4	0.0
No contesta	2.6	3.9	1.6	2.1	2.9	1.4	4.4
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta 6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 68,1 (Mucha importancia = 1,0; Bastante importancia = 0,66; Poca importancia = 0,33; Nada de importancia = 0,0; No contesta = 0,0)

9. SUFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS CON QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

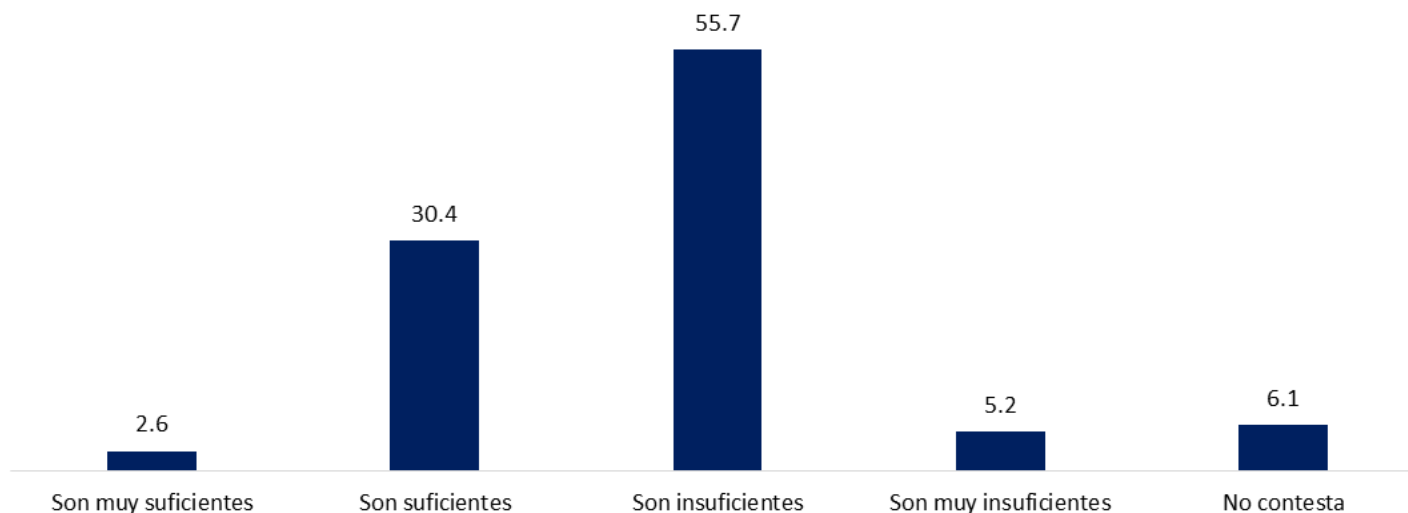


9. SUFICIENCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS CON QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Son muy suficientes	8.7	7.8	9.4	10.6	7.4	4.3	15.6
Son suficientes	40.0	37.3	42.2	40.4	39.7	40.0	40.0
Son insuficientes	49.6	51.0	48.4	48.9	50.0	54.3	42.2
Son muy insuficientes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
No contesta	1.7	3.9	0.0	0.0	2.9	1.4	2.2
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta 6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 51,1 (Son muy suficientes = 1,0; Son suficientes = 0,66; Son insuficientes = 0,33; Son muy insuficientes = 0,0; No contesta = 0,0)

10. SUFICIENCIA DE LOS RECURSOS FINANCIEROS CON QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

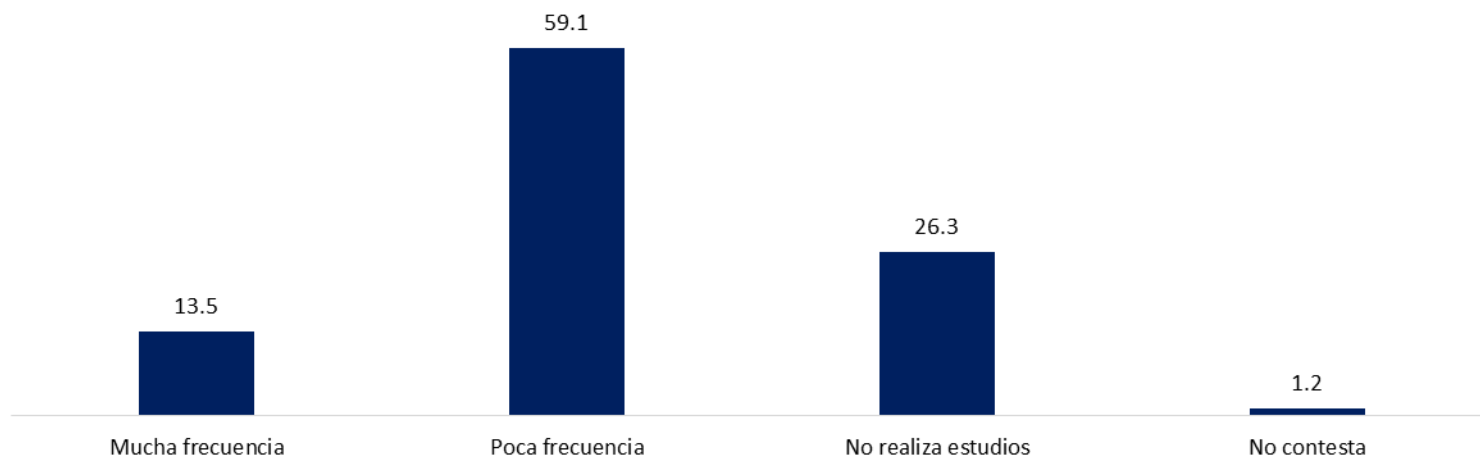


10. SUFICIENCIA DE LOS RECURSOS FINANCIEROS CON QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN PREGUNTA 6)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Son muy suficientes	2.6	2.0	3.1	6.4	0.0	1.4	4.4
Son suficientes	30.4	33.3	28.1	29.8	30.9	25.7	37.8
Son insuficientes	55.7	52.9	57.8	57.4	54.4	60.0	48.9
Son muy insuficientes	5.2	5.9	4.7	2.1	7.4	7.1	2.2
No contesta	6.1	5.9	6.3	4.3	7.4	5.7	6.7
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta 6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 41,1 (Son muy suficientes = 1,0; Son suficientes = 0,66; Son insuficientes = 0,33; Son muy insuficientes = 0,0; No contesta = 0,0)

11. FRECUENCIA CON QUE LA ORGANIZACIÓN REALIZA ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO DE SUS PLANES Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

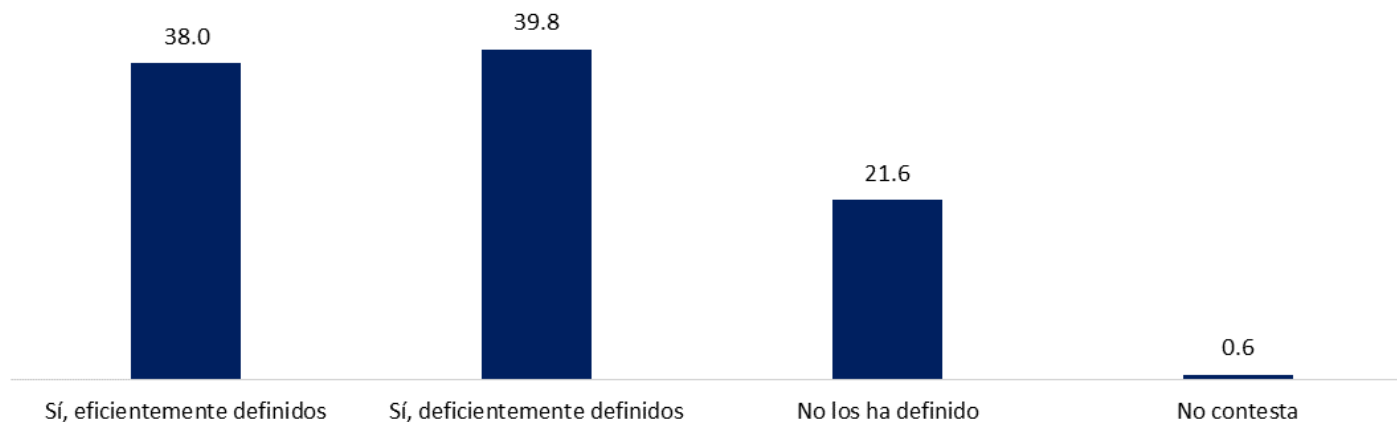


11. FRECUENCIA CON QUE LA ORGANIZACIÓN REALIZA ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO DE SUS PLANES Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Mucha frecuencia	13.5	14.3	12.9	17.3	10.0	8.7	19.0
Poca frecuencia	59.1	62.9	56.4	61.7	56.7	58.7	59.5
No realiza estudios	26.3	21.4	29.7	19.8	32.2	32.6	19.0
No contesta	1.2	1.4	1.0	1.2	1.1	0.0	2.5
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

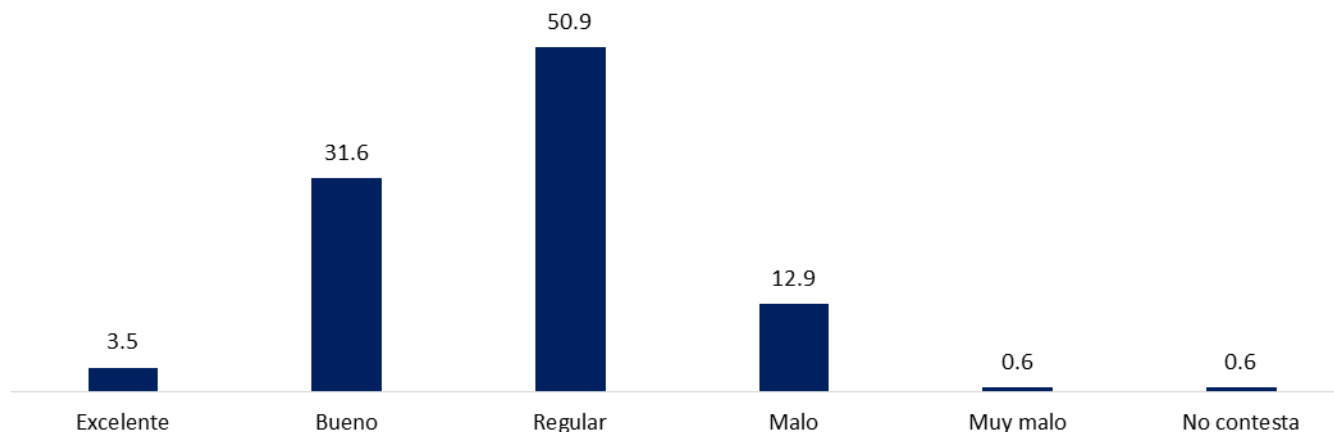
12. ¿SU ORGANIZACIÓN HA DEFINIDO A SUS PÚBLICOS INTERNOS?



12. ¿SU ORGANIZACIÓN HA DEFINIDO A SUS PÚBLICOS INTERNOS?

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí, eficientemente definidos	38.0	42.9	34.7	39.5	36.7	31.5	45.6
Sí, deficientemente definidos	39.8	37.1	41.6	44.4	35.6	47.8	30.4
No los ha definido	21.6	18.6	23.8	16.0	26.7	20.7	22.8
No contesta	0.6	1.4	0.0	0.0	1.1	0.0	1.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

13. NIVEL DE CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN



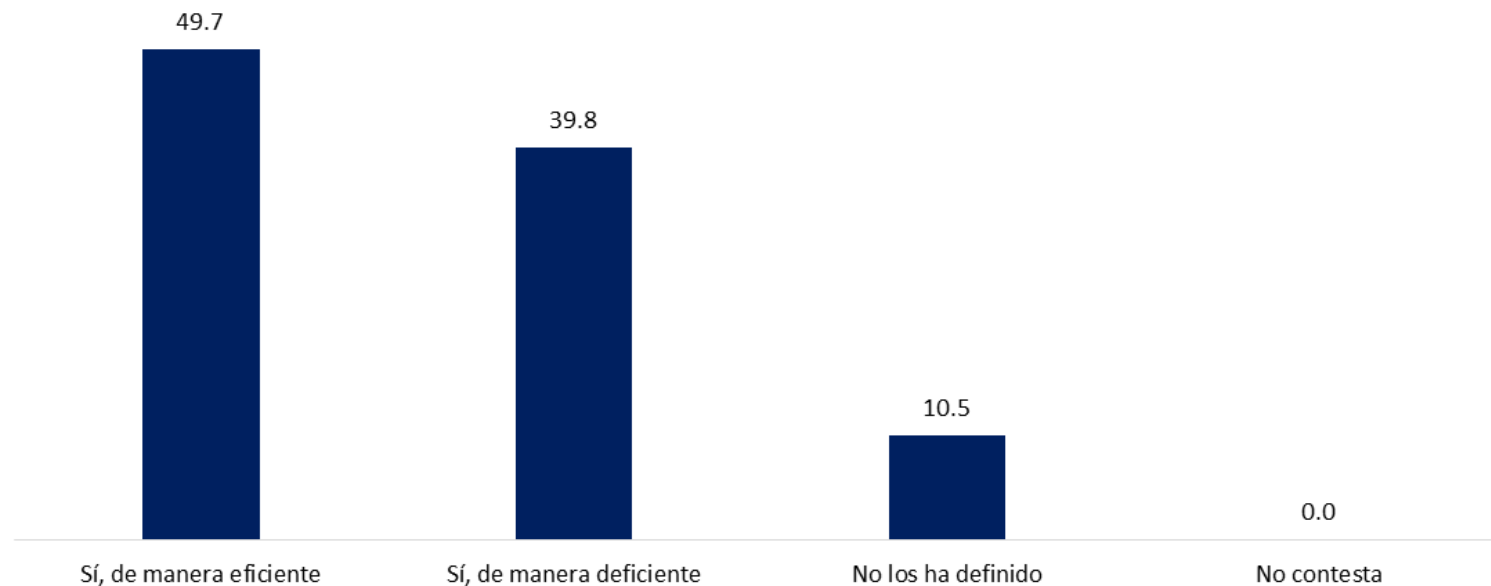
13. NIVEL DE CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Excelente	3.5	0.0	5.9	4.9	2.2	0.0	7.6
Bueno	31.6	38.6	26.7	29.6	33.3	29.3	34.2
Regular	50.9	50.0	51.5	51.9	50.0	55.4	45.6
Malo	12.9	10.0	14.9	13.6	12.2	15.2	10.1
Muy malo	0.6	0.0	1.0	0.0	1.1	0.0	1.3
No contesta	0.6	1.4	0.0	0.0	1.1	0.0	1.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 41,1 (Excelente = 1,0; Bueno = 0,66; Regular = 0,33; Malo = 0,0; Muy malo = 0,0; No contesta = 0,0)

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

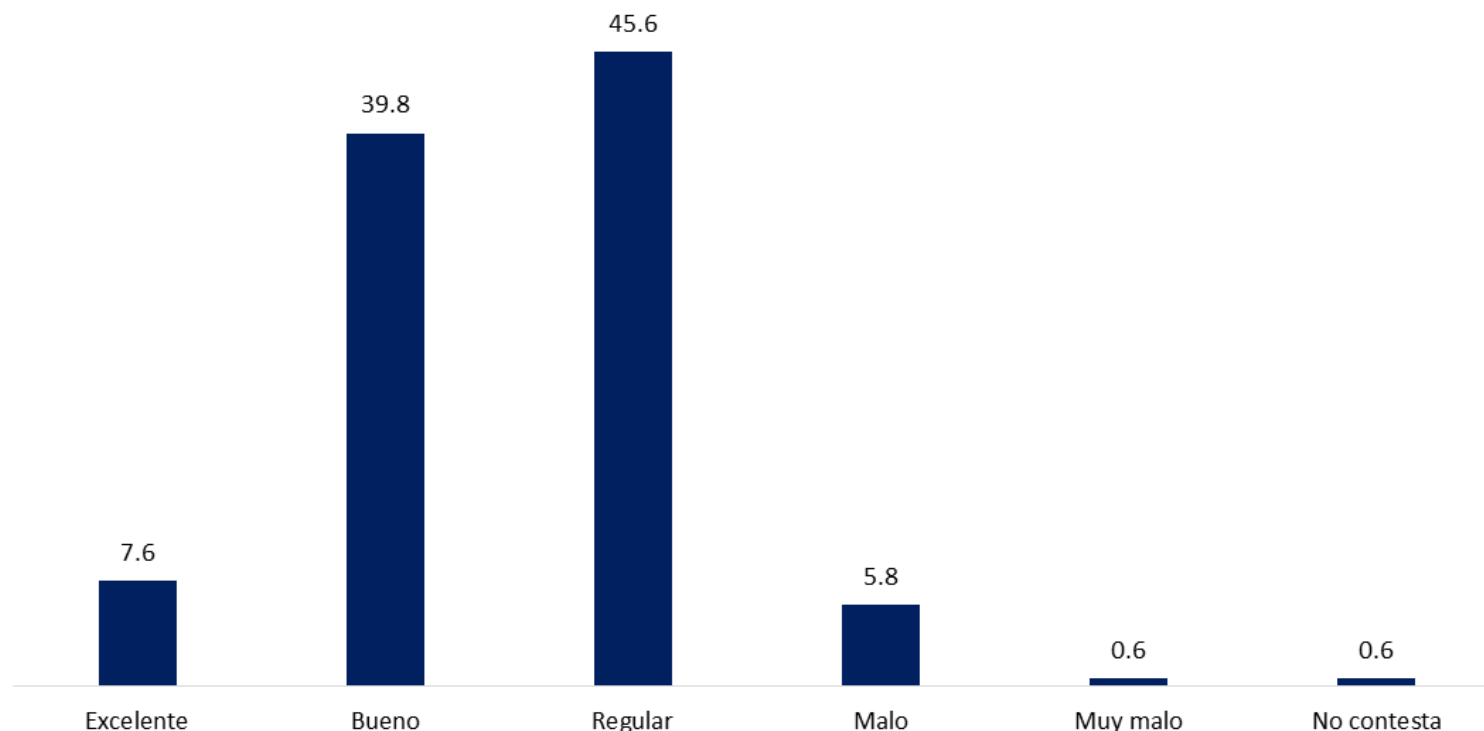
14. ¿SU ORGANIZACIÓN HA DEFINIDO A SUS PÚBLICOS EXTERNOS?



14. ¿SU ORGANIZACIÓN HA DEFINIDO A SUS PÚBLICOS EXTERNOS?

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí, de manera eficiente	49.7	51.4	48.5	49.4	50.0	43.5	57.0
Sí, de manera deficiente	39.8	34.3	43.6	42.0	37.8	47.8	30.4
No los ha definido	10.5	14.3	7.9	8.6	12.2	8.7	12.7
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

15. NIVEL DE CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

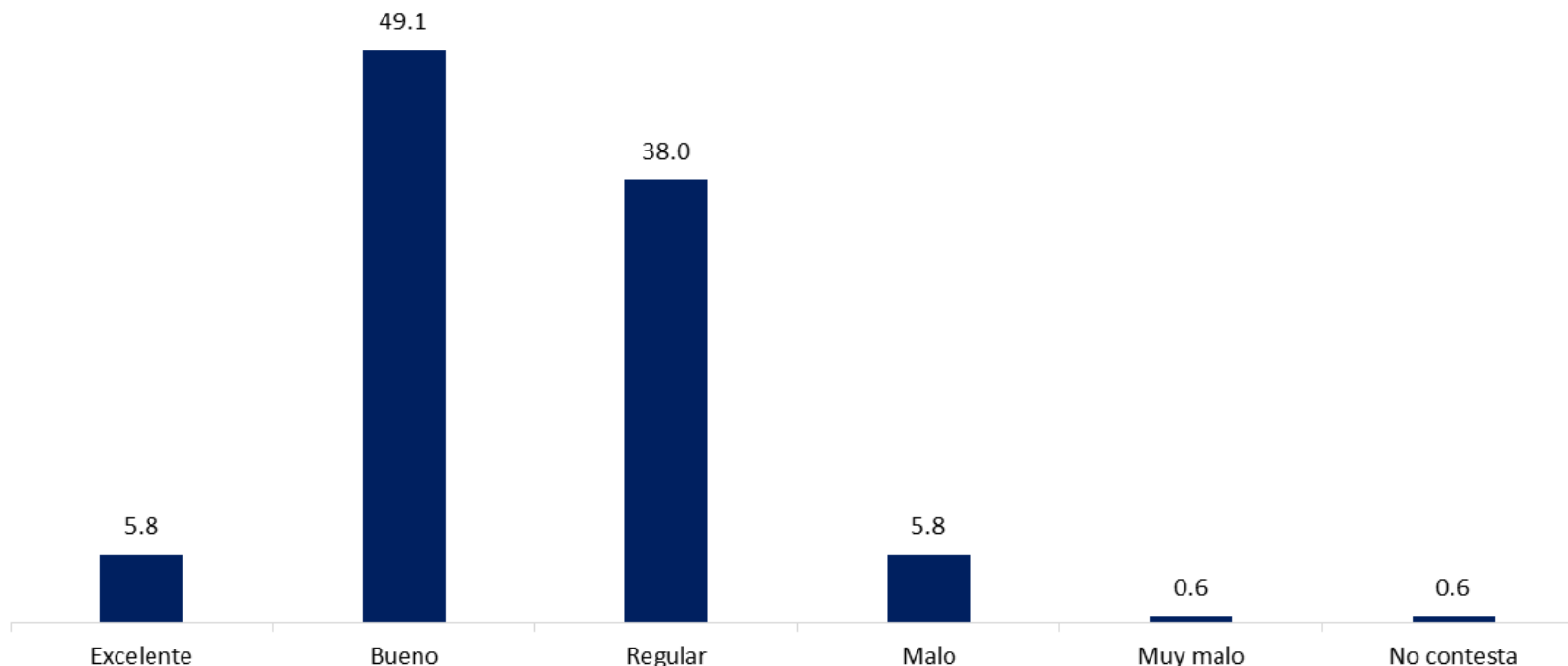


15. NIVEL DE CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Excelente	7.6	2.9	10.9	12.3	3.3	5.4	10.1
Bueno	39.8	45.7	35.6	38.3	41.1	40.2	39.2
Regular	45.6	45.7	45.5	44.4	46.7	47.8	43.0
Malo	5.8	4.3	6.9	4.9	6.7	6.5	5.1
Muy malo	0.6	0.0	1.0	0.0	1.1	0.0	1.3
No contesta	0.6	1.4	0.0	0.0	1.1	0.0	1.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 48,9 (Excelente = 1,0; Bueno = 0,66; Regular = 0,33; Malo = 0,0; Muy malo = 0,0; No contesta = 0,0)

16. NIVEL DE CALIDAD DE LAS REDES SOCIALES DE LA ORGANIZACIÓN

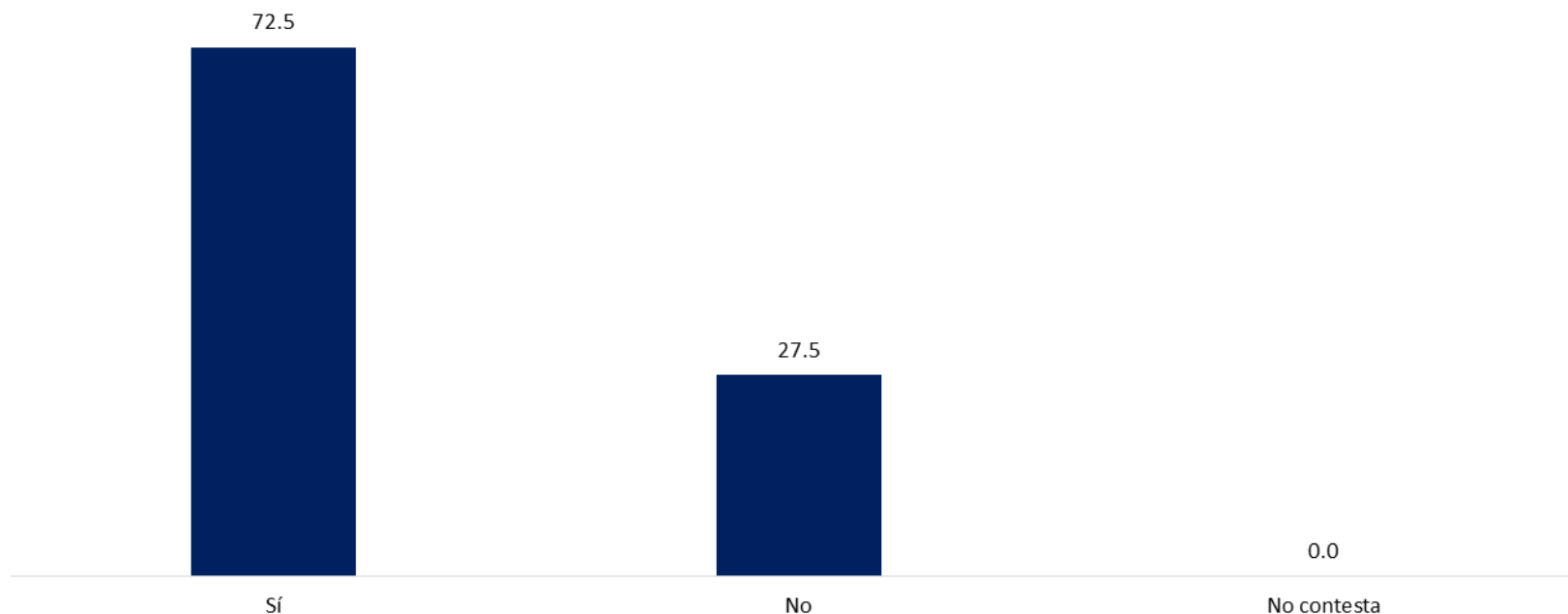


16. NIVEL DE CALIDAD DE LAS REDES SOCIALES DE LA ORGANIZACIÓN

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Excelente	5.8	4.3	6.9	7.4	4.4	2.2	10.1
Bueno	49.1	52.9	46.5	54.3	44.4	51.1	46.8
Regular	38.0	35.7	39.6	34.6	41.1	41.3	34.2
Malo	5.8	5.7	5.9	3.7	7.8	5.4	6.3
Muy malo	0.6	0.0	1.0	0.0	1.1	0.0	1.3
No contesta	0.6	1.4	0.0	0.0	1.1	0.0	1.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 50,8 (Excelente = 1,0; Bueno = 0,66; Regular = 0,33; Malo = 0,0; Muy malo = 0,0; No contesta = 0,0)

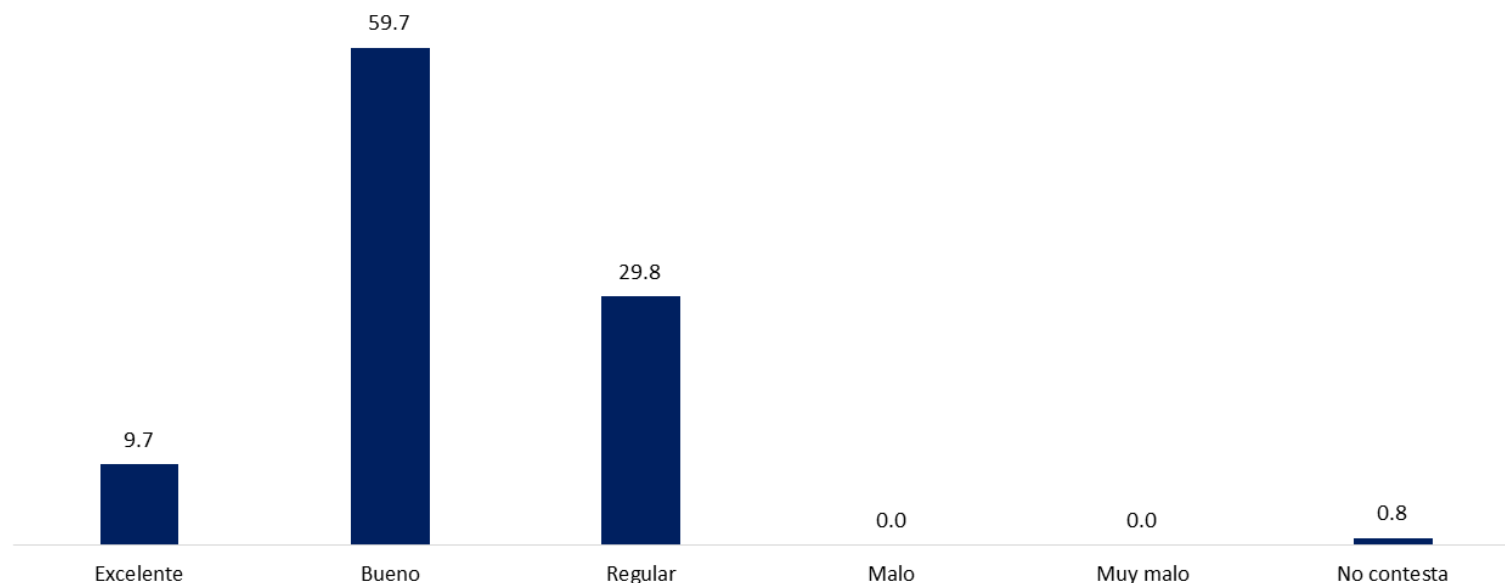
17. ¿SU ORGANIZACIÓN MANTIENE RELACIONES CON LA PRENSA DE MANERA REGULAR?



17. ¿SU ORGANIZACIÓN MANTIENE RELACIONES CON LA PRENSA DE MANERA REGULAR?

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí	72.5	68.6	75.2	71.6	73.3	85.9	57.0
No	27.5	31.4	24.8	28.4	26.7	14.1	43.0
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

18. CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE CALIDAD DE LA GESTIÓN DE PRENSA DE LA ORGANIZACIÓN (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)



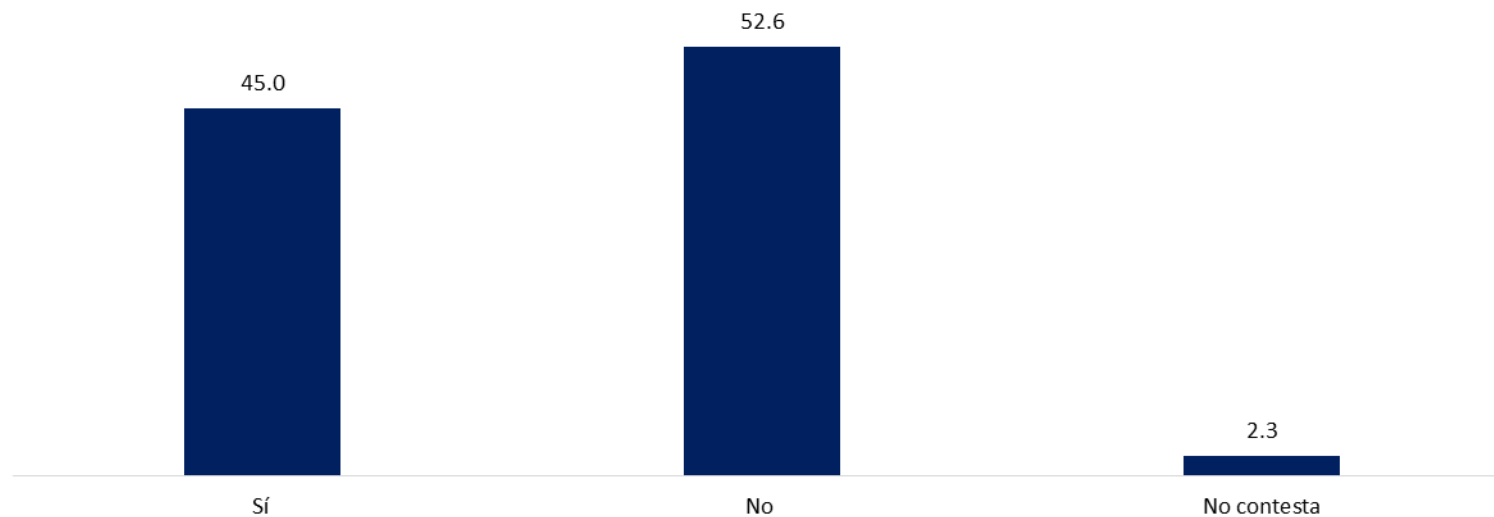
18. CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE CALIDAD DE LA GESTIÓN DE PRENSA DE LA ORGANIZACIÓN (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Excelente	9.7	4.2	13.2	10.3	9.1	7.6	13.3
Bueno	59.7	58.3	60.5	62.1	57.6	60.8	57.8
Regular	29.8	35.4	26.3	27.6	31.8	31.6	26.7
Malo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Muy malo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
No contesta	0.8	2.1	0.0	0.0	1.5	0.0	2.2
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta anterior	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 58,9 (Excelente = 1,0; Bueno = 0,66; Regular = 0,33; Malo = 0,0; Muy malo = 0,0; No contesta = 0,0)

GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

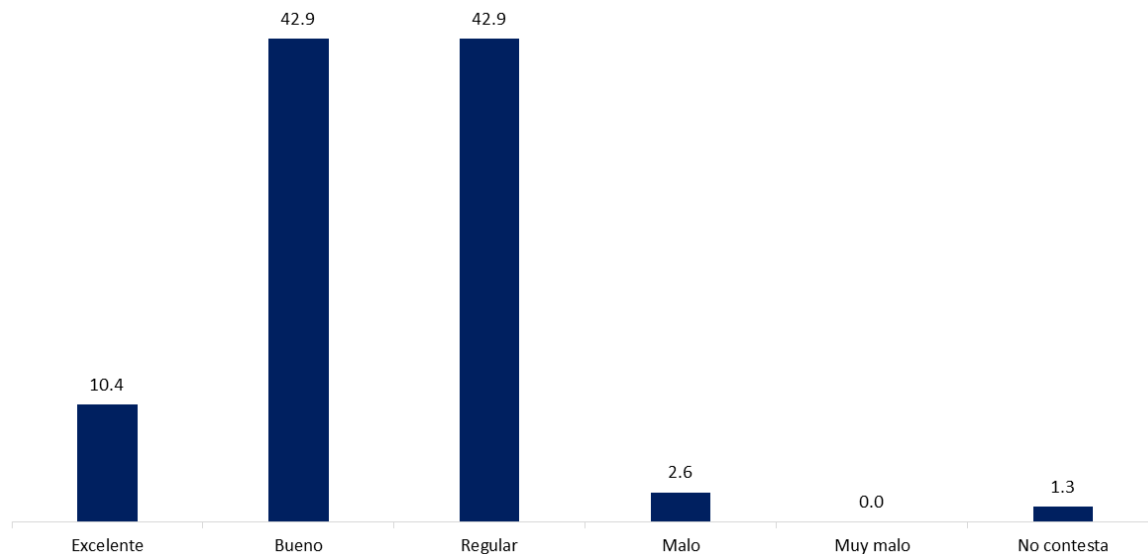
19. ¿SU ORGANIZACIÓN HACE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL?



19. ¿SU ORGANIZACIÓN HACE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL?

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí	45.0	50.0	41.6	42.0	47.8	47.8	41.8
No	52.6	48.6	55.4	54.3	51.1	50.0	55.7
No contesta	2.3	1.4	3.0	3.7	1.1	2.2	2.5
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

20. CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE CALIDAD DE LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)

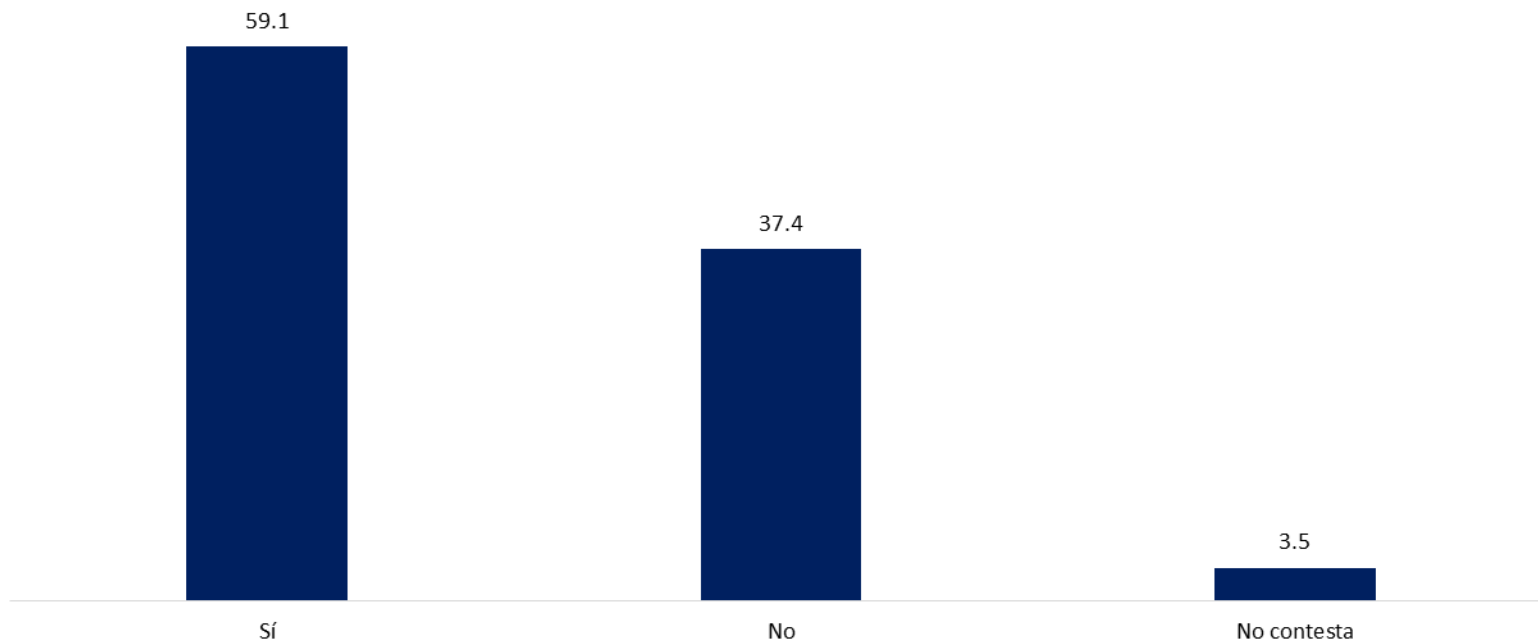


20. CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE CALIDAD DE LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (PARA QUIENES CONTESTARON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Excelente	10.4	11.4	9.5	5.9	14.0	9.1	12.1
Bueno	42.9	42.9	42.9	41.2	44.2	43.2	42.4
Regular	42.9	40.0	45.2	44.1	41.9	45.5	39.4
Malo	2.6	2.9	2.4	5.9	0.0	2.3	3.0
Muy malo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
No contesta	1.3	2.9	0.0	2.9	0.0	0.0	3.0
Base: Total de encuestados que contestaron "Sí" en la pregunta anterior	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Índice: 52,8 (Excelente = 1,0; Bueno = 0,66; Regular = 0,33; Malo = 0,0; Muy malo = 0,0; No contesta = 0,0)

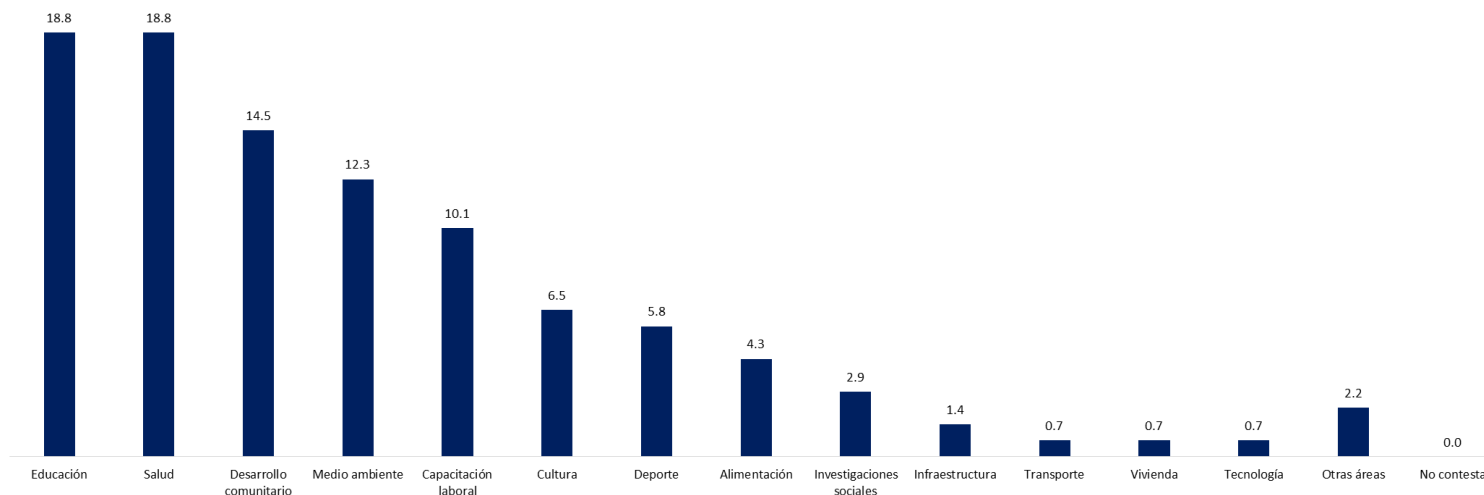
21. ¿SU ORGANIZACIÓN DESARROLLA PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD?



21. ¿SU ORGANIZACIÓN DESARROLLA PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD?

	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Sí	59.1	64.3	55.4	53.1	64.4	67.4	49.4
No	37.4	32.9	40.6	43.2	32.2	28.3	48.1
No contesta	3.5	2.9	4.0	3.7	3.3	4.3	2.5
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

22. ÁREA PRIORITARIA DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN CON LA COMUNIDAD (PARA QUIENES RESPONDIERON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)

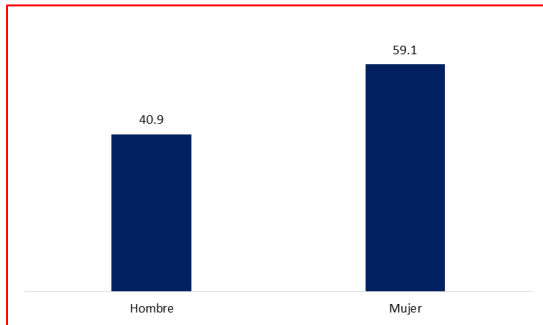


22. ÁREA PRIORITARIA DE ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN CON LA COMUNIDAD (PARA QUIENES RESPONDIERON “SÍ” EN LA PREGUNTA ANTERIOR)

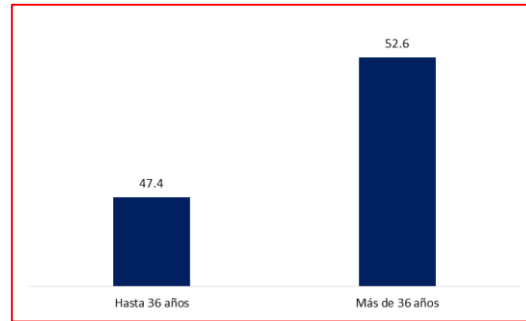
	TOTAL	SEXO		EDAD		SECTOR	
		Masc	Fem	Hasta 36	Más de 36	Público	Privado
Educación	18.8	25.8	12.5	19.2	18.6	16.5	22.6
Salud	18.8	13.6	23.6	19.2	18.6	23.5	11.3
Desarrollo comunitario	14.5	13.6	15.3	17.3	12.8	17.6	9.4
Medio ambiente	12.3	10.6	13.9	5.8	16.3	9.4	17.0
Capacitación laboral	10.1	10.6	9.7	17.3	5.8	8.2	13.2
Cultura	6.5	6.1	6.9	3.8	8.1	8.2	3.8
Deporte	5.8	10.6	1.4	5.8	5.8	4.7	7.5
Alimentación	4.3	3.0	5.6	3.8	4.7	4.7	3.8
Investigaciones sociales	2.9	3.0	2.8	1.9	3.5	2.4	3.8
Infraestructura	1.4	1.5	1.4	0.0	2.3	1.2	1.9
Transporte	0.7	0.0	1.4	0.0	1.2	0.0	1.9
Vivienda	0.7	0.0	1.4	1.9	0.0	1.2	0.0
Tecnología	0.7	1.5	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9
Otras áreas	2.2	0.0	4.2	1.9	2.3	2.4	1.9
No contesta	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Base: Total de encuestados que respondieron "Sí" en la pregunta anterior	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

PARTICIPANTES

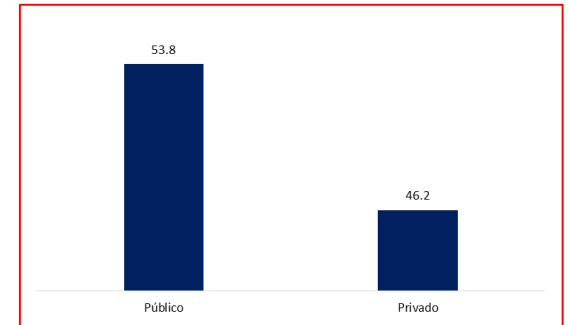
SEXO



EDAD



SECTOR



Investigamos el presente y planeamos el futuro

Vox Populi Consultoría

Pasaje Isabelita 134

Urb. Los Granados

Santiago de Surco

Teléfono 3452280

voxpopuli@voxpopuli.pe

<http://www.voxpopuli.pe>