



SEGUNDA
EDICIÓN

DIAG NOS TICO

comunicación
INTERNA



2015

INFORME COMPLETO

WWW.DIAGNOSTICOCI.COM

{ ÍNDICE }

PRESENTACIÓN	[04]
FICHA TÉCNICA	[06]
EMPRESAS PARTICIPANTES	[08]
ANATOMÍA DE LA MUESTRA	
EL PERFIL DEL RESPONSABLE DE CI	[11]
EL PERFIL DE LAS EMPRESAS	[17]
RADIOGRAFÍA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA HOY	
EL ÁREA DE CI	[25]
LA GESTIÓN DE CI	[31]
ACCIONES, CANALES Y TEMÁTICAS DE CI	[45]
EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	[53]
ACERCA DE TRESPUNTOZERO Y BW COMUNICACIÓN INTERNA	[64]

PRIMERA EDICIÓN: JUNIO DE 2013

SEGUNDA EDICIÓN: JUNIO DE 2015

© 2013-2015.

BW COMUNICACIÓN INTERNA

WWW.BWCOMUNICACION.COM

RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. QUEDA PROHIBIDO REPRODUCIR EN TODO O EN PARTE, CUALQUIERA SEA EL MEDIO UTILIZADO, SIN EL PERMISO POR ESCRITO DEL EDITOR.

PRE SEN TA CIÓN

Te presentamos el **Informe Completo del Diagnóstico CI 2015**, con los resultados de este relevamiento de la gestión de las comunicaciones internas en las principales empresas de Uruguay. **Compañías líderes de los distintos sectores del mercado** volvieron a responder sobre temas clave de la gestión de las CI. Así brindaron un marco de situación de la actividad y de las principales tendencias de un sector que continúa creciendo.

Diagnóstico CI es un trabajo de investigación realizado en esta oportunidad junto a Trespuntozero, empresa de consultoría y opinión pública de Argentina, y BW Comunicación Interna -una de las agencias líderes especializadas en CI, con mayor trayectoria del mercado latinoamericano-. En esta segunda edición del Diagnóstico CI participaron 51 empresas: la muestra se duplicó en relación al diagnóstico pasado.

Pensamos al Diagnóstico CI como una herramienta para crecer: **saber cómo estamos para pensar hacia dónde vamos**. Estamos convencidos que, a través de esta medición, abrimos el juego hacia el análisis y el debate. Queremos expandir esta disciplina que ya no es tan “nueva”.

Para que la comunicación interna crezca, es necesario **compartir, aportar, intercambiar experiencias, reflexionar, debatir...** Te invitamos a unirte.

El trabajo está abierto, es colaborativo. Los resultados están a disposición.

Agradecemos especialmente a los 51 referentes de CI de compañías líderes que respondieron la encuesta. Gracias a ellos es que tenemos este mapa de situación. Te agradecemos a vos, por estar detrás de estas páginas, porque tu interés por las CI también está empujando este crecimiento.

Esperamos que disfrutes del informe. La invitación a compartir está hecha.

Juntos, hagamos que sigan creciendo las CI. Nosotros, ¡aquí estamos!

FICHA TÉC NICA CA

TRABAJO DE CAMPO

[8 de enero al 15 de abril de 2015]

ÁMBITO

[Uruguay]

DISEÑO MUESTRAL

[Datos ponderados según sexo, nivel educativo y tipo de cobertura de salud]

UNIVERSO

[Referentes de CI de las de empresas líderes de Uruguay]

TAMAÑO DE LA MUESTRA

[51 casos]

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN

[Cuestionario con preguntas cerradas y abiertas]

SISTEMA DE CONSULTA

[Encuesta online]

NOTA TÉCNICA

[Cuando los resultados no suman el 100 por ciento es porque se trata de preguntas de múltiple respuesta, donde los datos se expresan en cantidad de respuestas o menciones brindadas por el entrevistado.]

EMPRESAS PARTICIPANTES

De los rubros de:

CONSUMO MASIVO



MEDIOAMBIENTE



RETAIL



EDUCACIÓN



CONSULTORÍA



BANCA, SEGUROS, FINANZAS, TARJETAS DE CRÉDITO



SERVICIOS



MEDIOS, TELECOMUNICACIONES, INFORMÁTICA



HOTELERÍA



SALUD, SEGUROS, MEDICINA PREPAGA



SEGURIDAD



INDUSTRIAL (ACERO, QUÍMICO, CONSTRUCCIÓN)



AGROPECUARIO



ANATOMÍA DE LA MUESTRA

El perfil del
responsable de CI

SEXO

¿CUÁL ES TU GENERO?



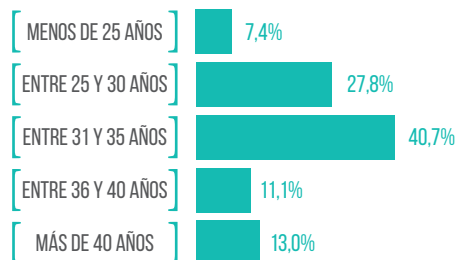
85,2%



14,8%

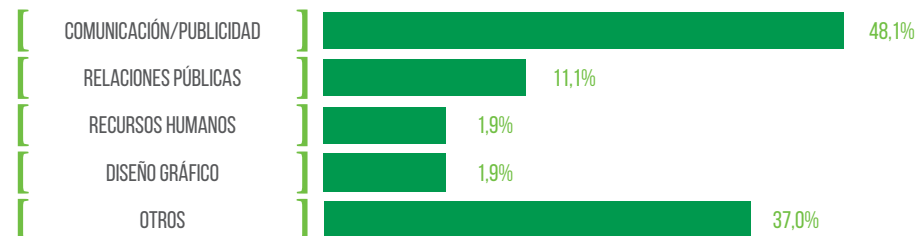
EDAD

¿QUÉ EDAD TIENES?



FORMACIÓN UNIVERSITARIA

¿CUÁL ES TU FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE GRADO?



FORMACIÓN ESPECÍFICA

¿HAS RECIBIDO FORMACIÓN ESPECÍFICA EN CI?

SI

66,7%



NO

33,3%

DEDICACIÓN

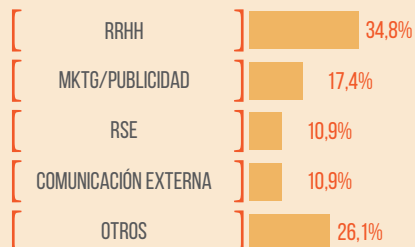
¿TE DEDICAS EXCLUSIVAMENTE A CI?



ME DEDICO 100% A CI — 13%

TENGO OTROS TEMAS Y/O ÁREAS A CARGO — 87%

¿QUÉ OTRA ÁREA TIENES A CARGO?

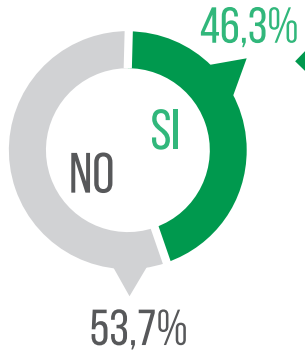


¿QUÉ TIPO DE FORMACIÓN RECIBISTE?

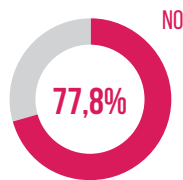
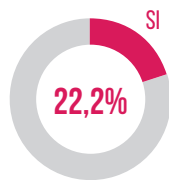


CONSUMO DE MEDIOS DE CI

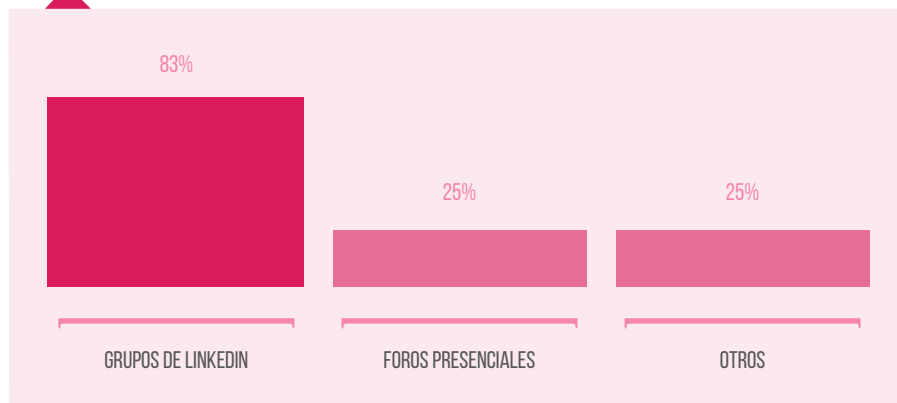
¿LEES O CONSULTAS ALGÚN MEDIO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN INTERNA?



¿PARTICIPAS DE ALGÚN GRUPO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN INTERNA?

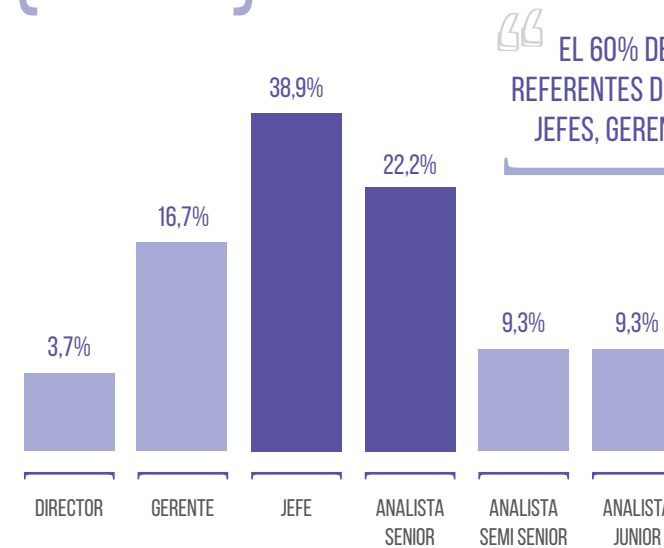


¿EN QUÉ GRUPO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN PARTICIPAS?



CARGO

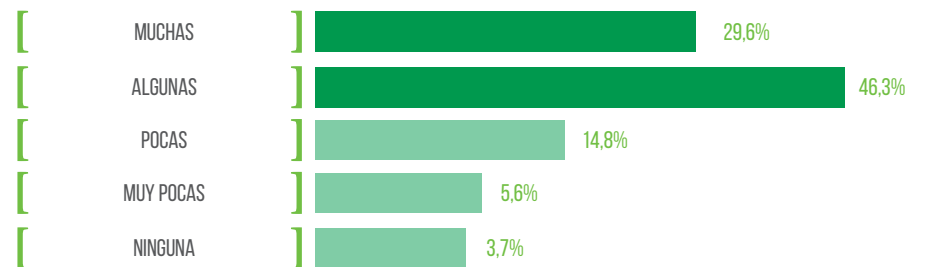
¿QUÉ CARGO TIENES COMO REFERENTE DIRECTO DE CI?



EL 60% DE LOS PRINCIPALES REFERENTES DE CI ENCUESTADOS SON JEFES, GERENTES O DIRECTORES".

POSIBILIDADES DE DESARROLLO

¿QUÉ POSIBILIDADES DE CRECER (DESARROLLO DE CARRERA) DENTRO DE UNA EMPRESA CONSIDERAS QUE TIENE UN RESPONSABLE DE CI?



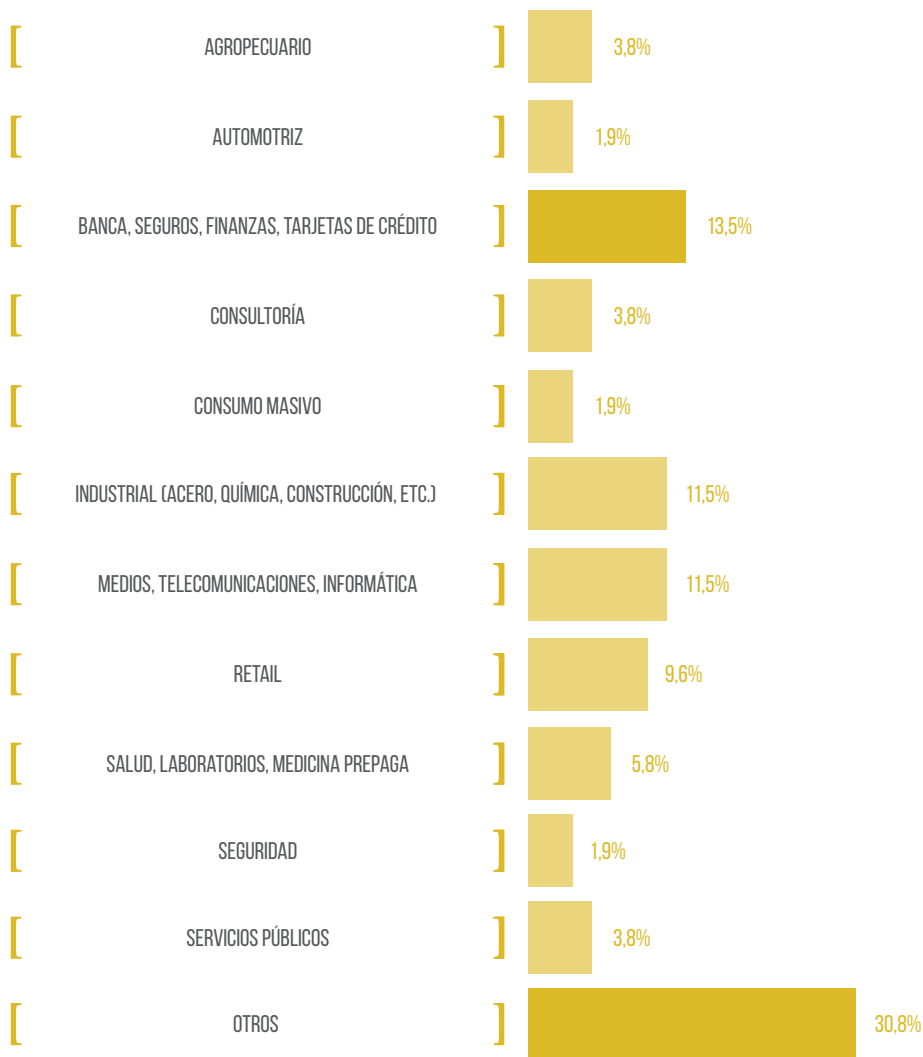
EXISTE UNA VISIÓN POSITIVA ACERCA DE LAS POSIBILIDADES DE DESARROLLO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN (76%)".

ANATOMÍA DE LA MUESTRA

El perfil de
las empresas

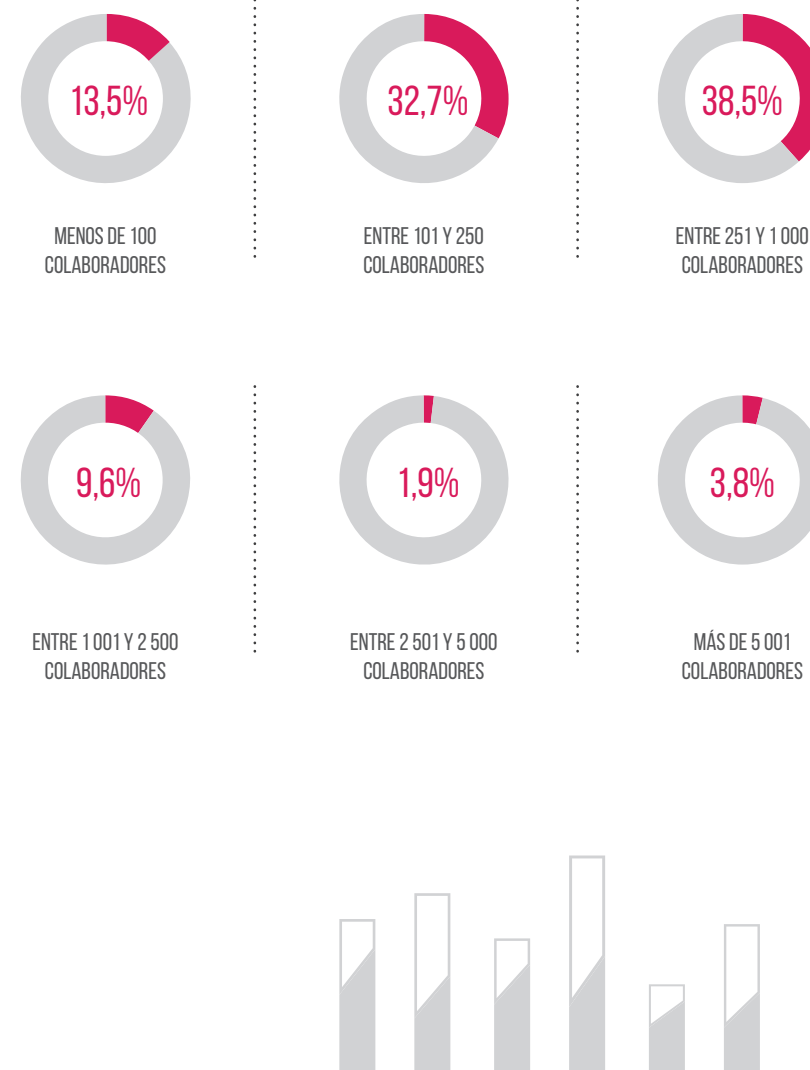
{ RUBRO }

¿A QUÉ RUBRO PERTENECE TU EMPRESA?



{ PERSONAL }

¿CUÁNTOS COLABORADORES TRABAJAN EN LA EMPRESA?

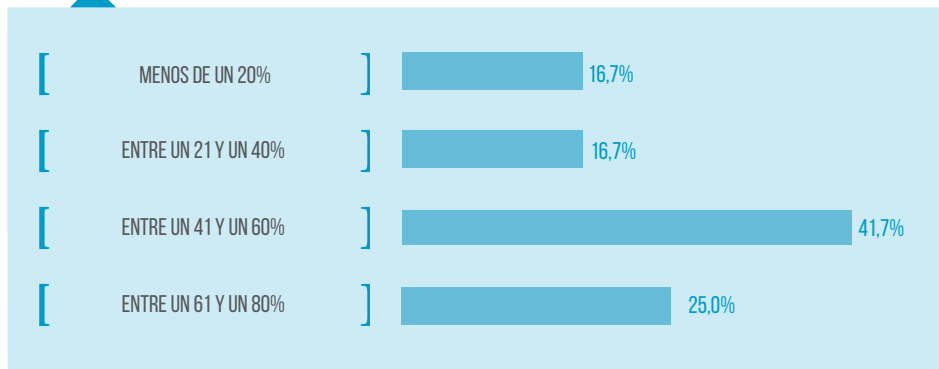


PLANTA DE PRODUCCIÓN

¿LA EMPRESA TIENE PLANTA DE PRODUCCIÓN?

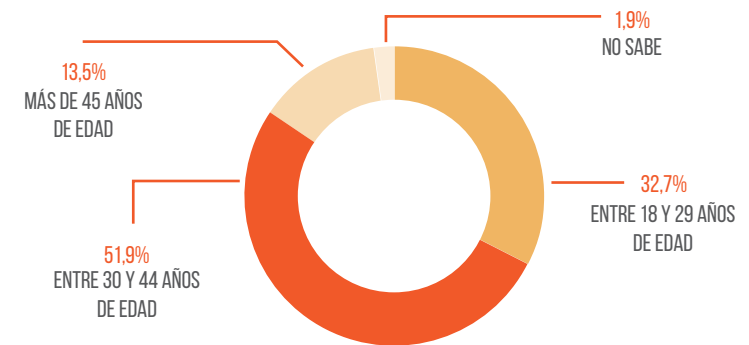


¿QUÉ PORCENTAJE DEL PERSONAL ESTÁ ASIGNADA ESPECÍFICAMENTE AL TRABAJO DE PLANTA?



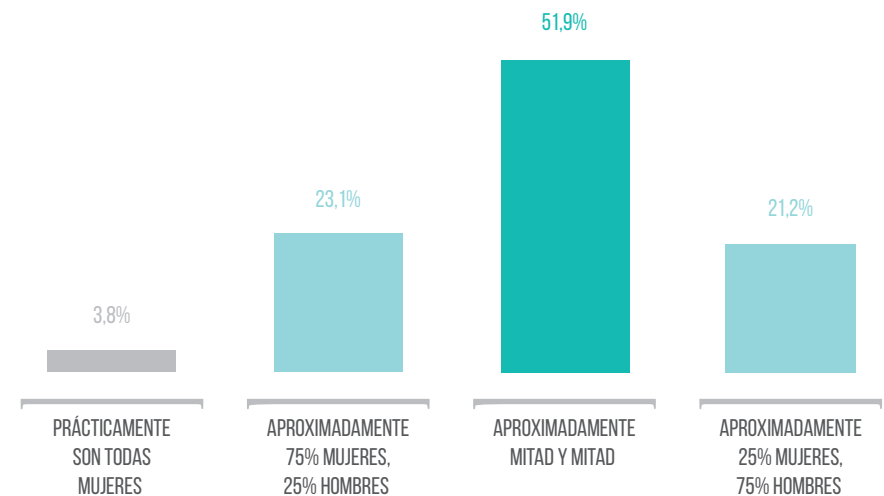
GRUPOS GENERACIONALES

CON RESPECTO A LA EDAD DE LOS COLABORADORES ¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES GRUPOS GENERACIONALES DIRÍAS QUE SE ENCUENTRA LA GRAN MAYORÍA?



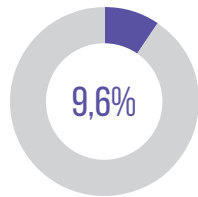
GÉNERO

SEÑALA CUÁL DE ESTAS OPCIONES DESCRIBE CON MAYOR APROXIMACIÓN EL PORCENTAJE DE HOMBRES Y MUJERES EN TU EMPRESA

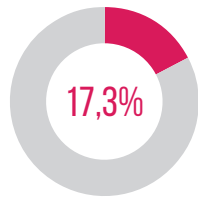


ACCESO A PC PROPIA

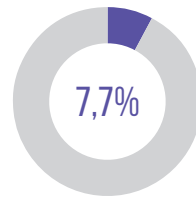
¿QUÉ PORCENTAJE APROXIMADO DEL PERSONAL TIENE ACCESO A PC PROPIA A TRAVÉS DE LA CUAL ES RECEPTOR DE ACCIONES DE CI?



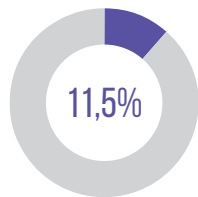
MENOS DE UN 20%



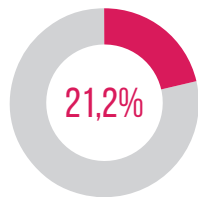
ENTRE UN 21 Y UN 40%



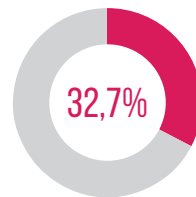
ENTRE UN 41 Y UN 60%



ENTRE UN 61 Y UN 80%



MÁS DE UN 81%



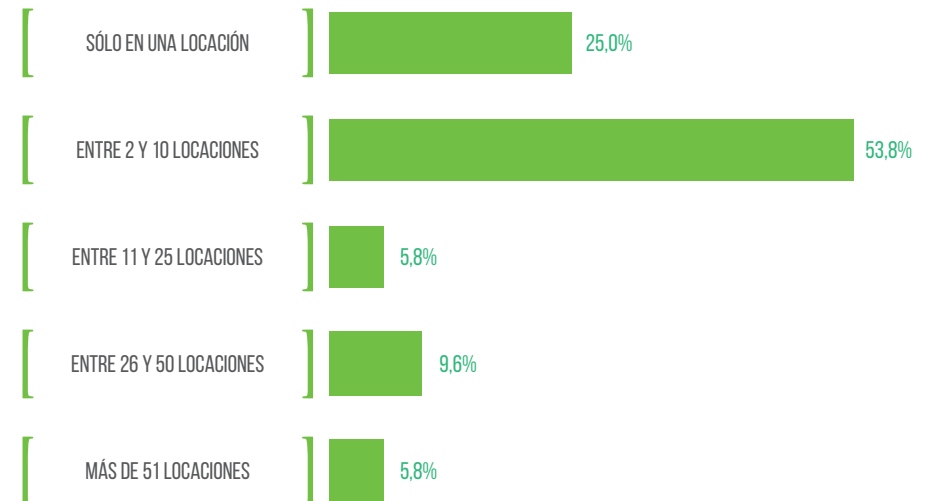
EL 100% DEL PERSONAL



EL 73% DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS TIENE POR LO MENOS AL 40% DEL PERSONAL CON ACCESO A UNA COMPUTADORA DONDE RECIBIR MENSAJES DE CI".

LOCACIONES A NIVEL NACIONAL

¿PODRÍAS ESPECIFICAR EN CUÁNTAS DIFERENTES LOCACIONES/SEDES/SUCURSALES TRABAJA EL PERSONAL DE LA EMPRESA DENTRO DE TU PAÍS?



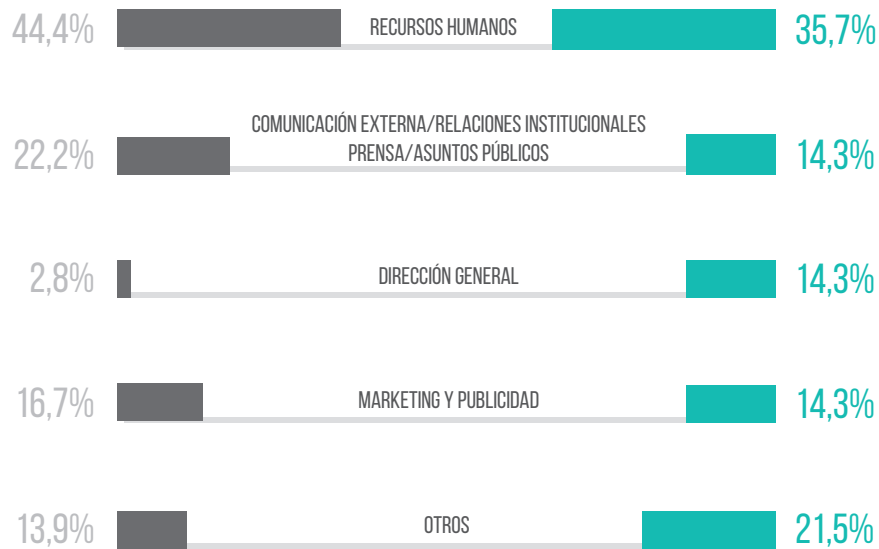
EL 75% DE LAS EMPRESAS TIENEN AL PERSONAL DISTRIBUIDO EN MÁS DE 1 LOCACIÓN. CASI EL 54% LO TIENE DISTRIBUIDO ENTRE 2 Y 10 LOCACIONES".

**RADIOGRAFÍA
DE LA
COMUNICACIÓN
INTERNA HOY**

El área de CI

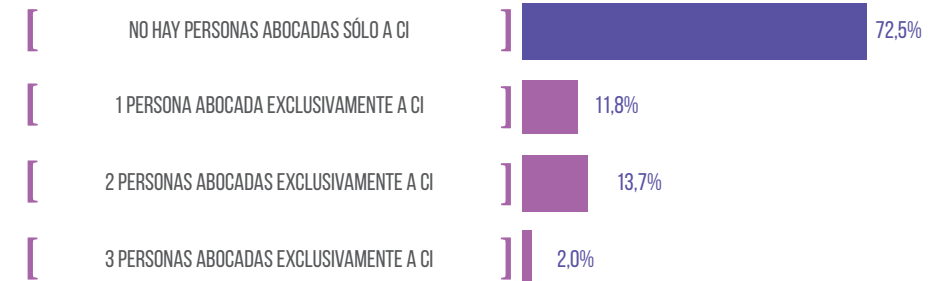
ÁREA DEDICADA

¿LA EMPRESA TIENE UN ÁREA EXCLUSIVA DE CI?



PERSONAL EXCLUSIVO

¿CUÁNTAS PERSONAS DENTRO DE LA EMPRESA ESTÁN ABOCADAS EXCLUSIVAMENTE A LA GESTIÓN DE LA CI? (NO INCLUYE PASANTES, RED DE COLABORADORES INTERNOS NI CONSULTORES EXTERNOS)

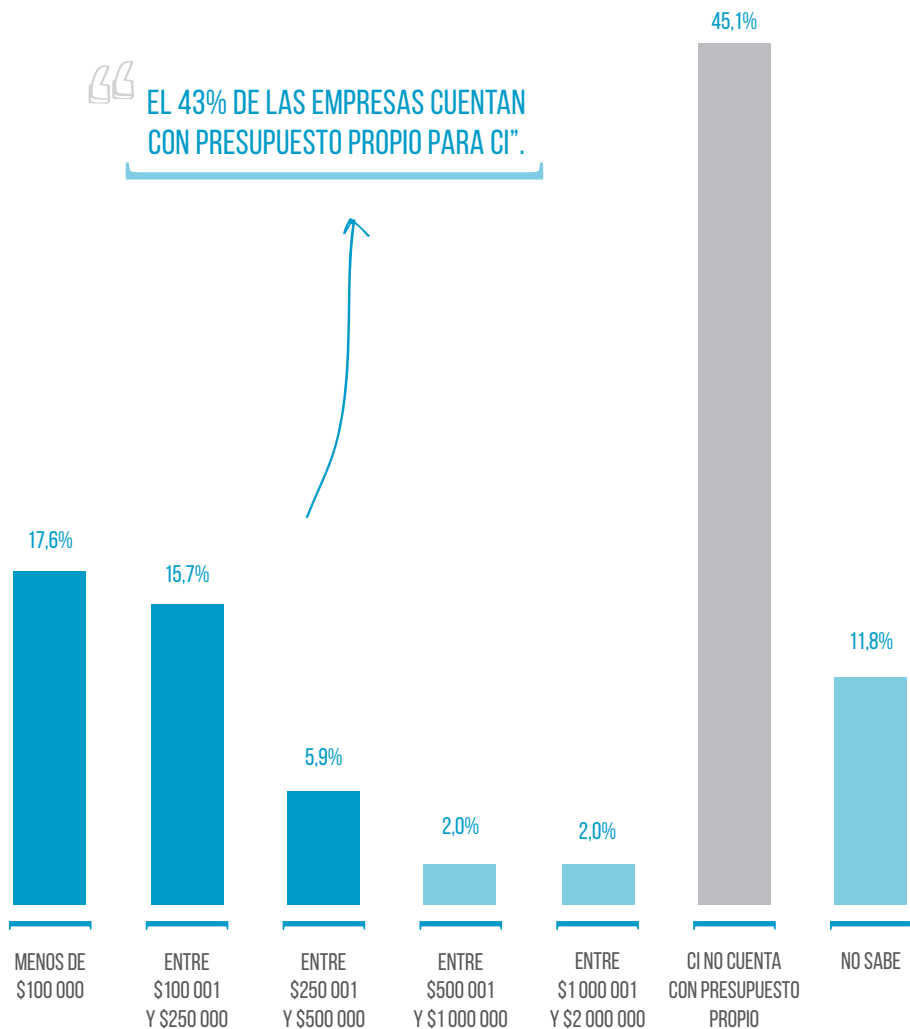


1 DE CADA 4 EMPRESAS TIENEN UNA O MÁS PERSONAS ABOCADAS EN FORMA EXCLUSIVA A LA CI. EL RESTANTE 72,5% DESEMPEÑA OTRAS TAREAS QUE EN SU MAYORÍA (44%) SON DE RECURSOS HUMANOS”.

PRESUPUESTO 2015

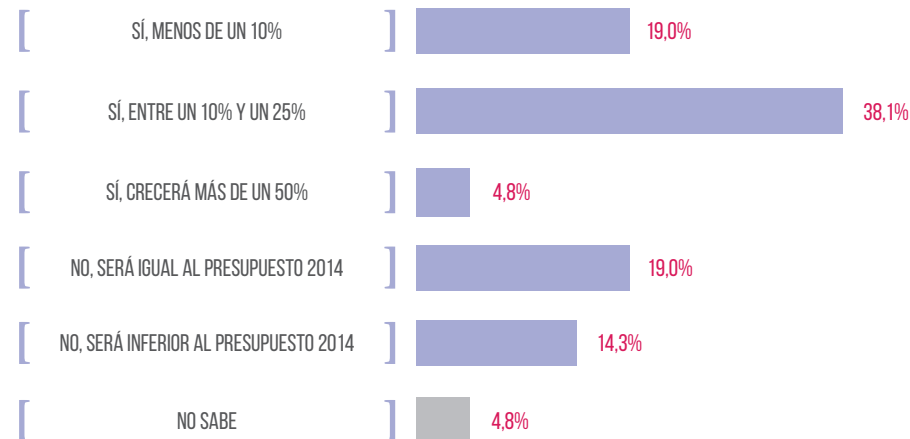
¿CUÁL ES EL PRESUPUESTO ANUAL ASIGNADO A COMUNICACIÓN INTERNA PARA 2015? (EN PESOS URUGUAYOS)

“ EL 43% DE LAS EMPRESAS CUENTAN CON PRESUPUESTO PROPIO PARA CI ”.



EXPECTATIVA PRESUPUESTARIA 2015

¿TU PRESUPUESTO DE CI 2015 SERÁ SUPERIOR AL PRESUPUESTO 2014?



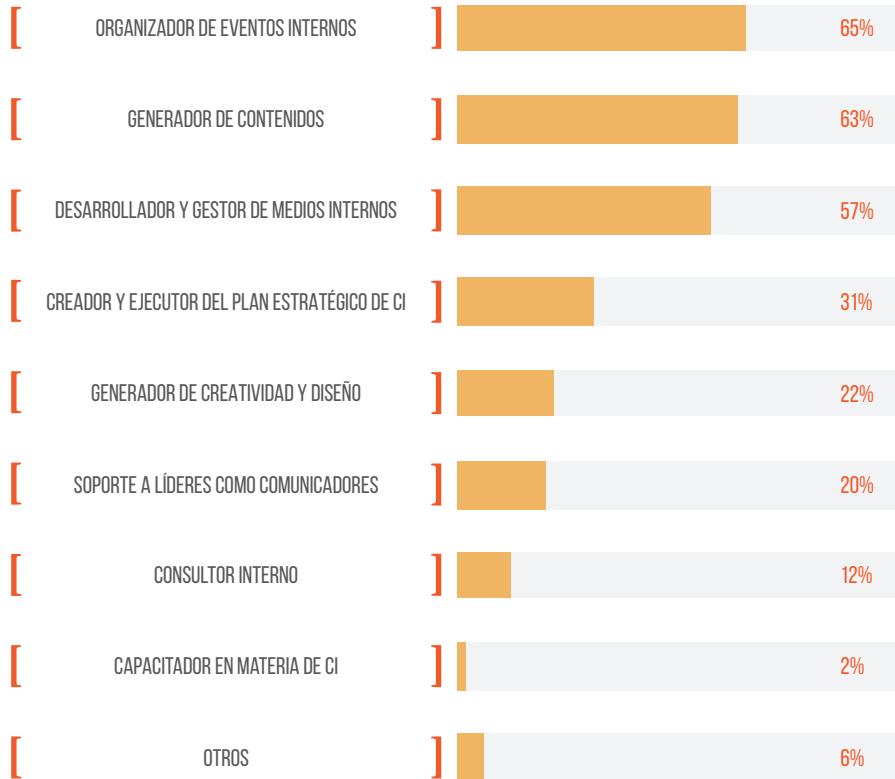
EL 62% DE LOS ENCUESTADOS CUENTA CON UN MAYOR PRESUPUESTO RESPECTO AL AÑO PASADO. EN SU MAYORÍA (57%) EL AUMENTO ES DE ENTRE 10% Y 25%”.

**RADIOGRAFÍA
DE LA
COMUNICACIÓN
INTERNA HOY**

La gestión de CI

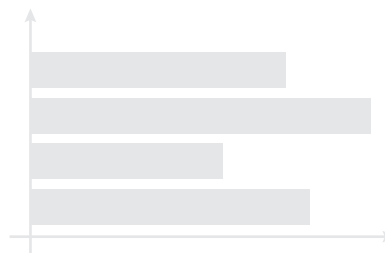
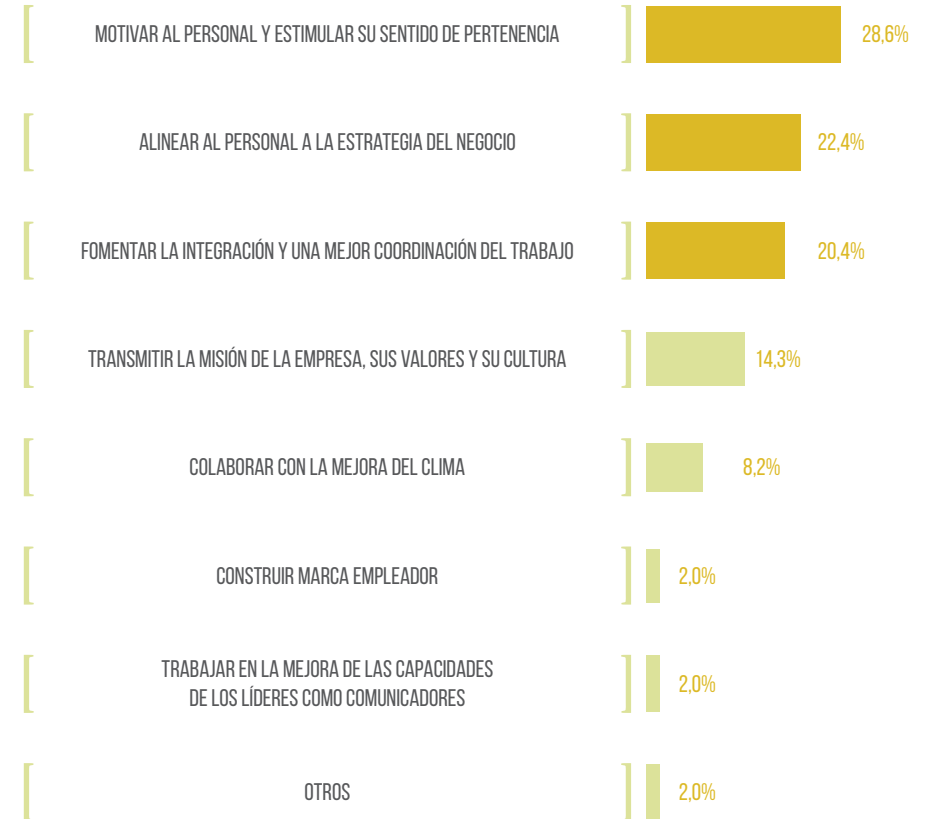
{ ROL }

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DEFINEN MEJOR EL ROL ACTUAL DEL ÁREA DE CI EN TU EMPRESA?



{ PRINCIPAL CONTRIBUCIÓN }

¿CUÁL DIRÍAS QUE ES LA PRINCIPAL CONTRIBUCIÓN DE LA CI A LA EMPRESA?



PLANIFICACIÓN

¿REALIZAS TODOS LOS AÑOS EL PLAN DE CI POR ESCRITO?



¿UTILIZAS ESA PLANIFICACIÓN COMO GUÍA DURANTE TODO EL AÑO, MÁS ALLÁ DE LOS CAMBIOS?



¿ANTES DE PLANIFICAR REALIZAS UNA MEDICIÓN FORMAL?



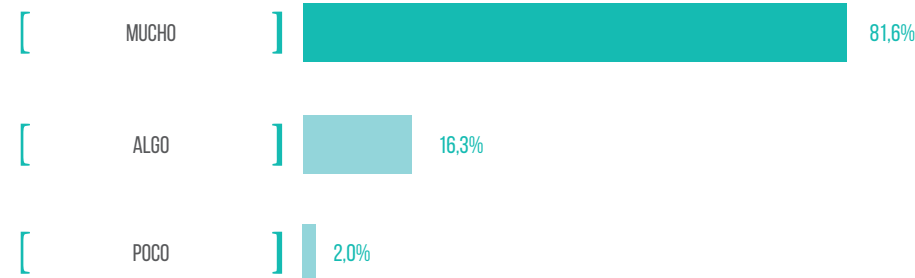
¿PAUTASTE AL MENOS UNA REUNIÓN AL AÑO CON LOS REFERENTES DEL NEGOCIO/ DIRECCIONES?



MÁS DE LA MITAD DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS CUENTAN CON UN PLAN DE CI, AL QUE LE HACEN SEGUIMIENTO ANUAL. SIN EMBARGO SOLO 1 DE CADA 3 EMPRESAS REALIZA UNA MEDICIÓN FORMAL ANTES DE PLANIFICAR”.

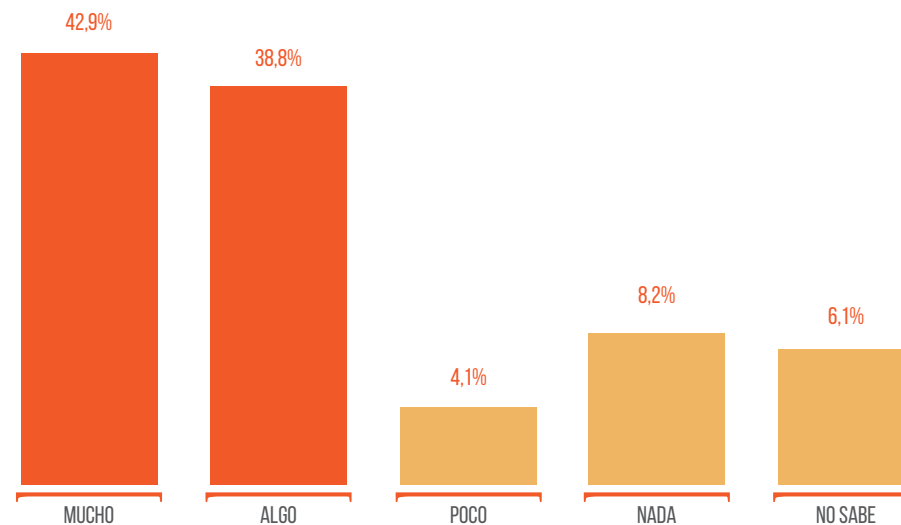
COMPROMISO

¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERAS QUE UNA BUENA GESTIÓN DE CI PUEDE INFLUIR SOBRE EL AUMENTO DEL COMPROMISO DEL PERSONAL?



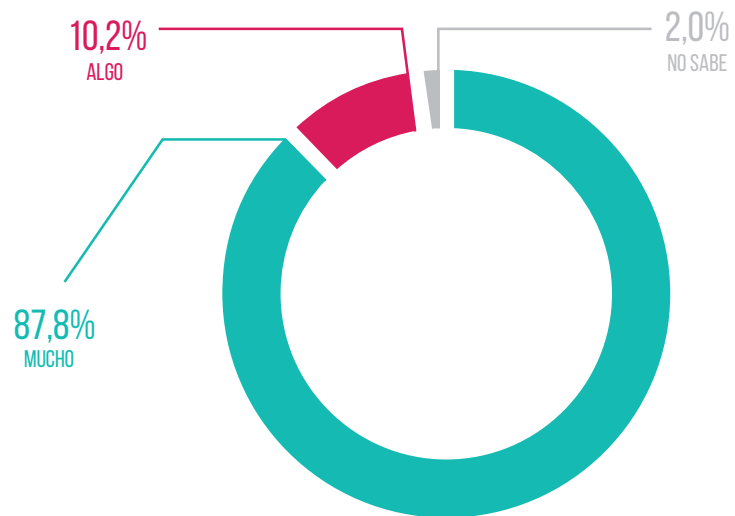
CONFLICTO SINDICAL

¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERAS QUE UNA BUENA GESTIÓN DE CI PUEDE INFLUIR SOBRE LA DISMINUCIÓN DE LA CONFLICTIVIDAD SINDICAL?



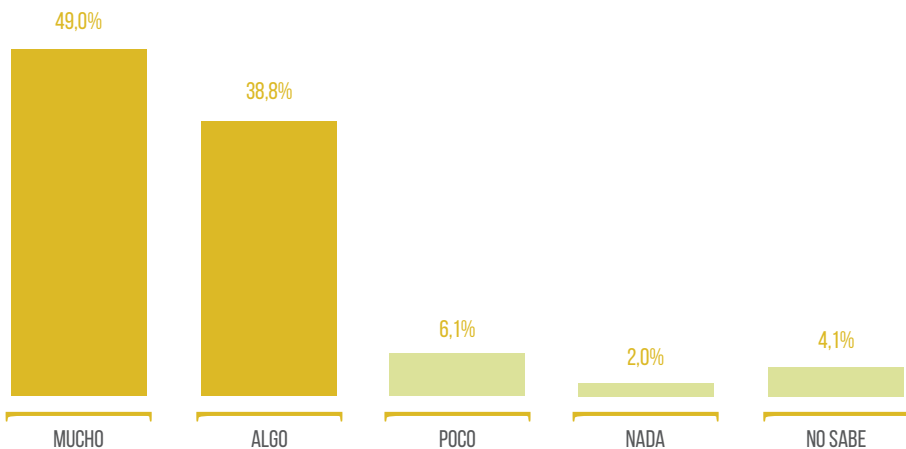
{ CLIMA }

¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERAS QUE UNA BUENA GESTIÓN DE CI PUEDE INFLUIR SOBRE EL CLIMA INTERNO?



{ NEGOCIO }

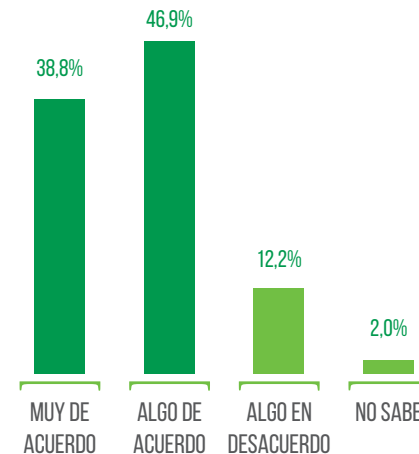
¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERAS QUE UNA BUENA GESTIÓN DE CI PUEDE INFLUIR SOBRE LOS RESULTADOS DE NEGOCIO?



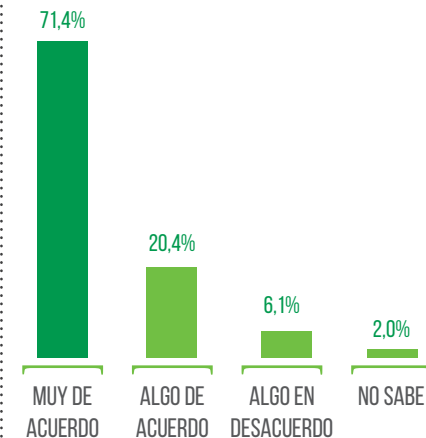
{ APOYO DE LÍDERES }

DESCRIBE LA RELACIÓN DE TU GESTIÓN CON LOS LÍDERES DE LA ORGANIZACIÓN A PARTIR DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES:

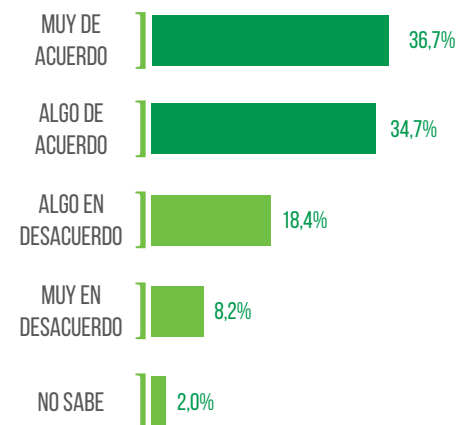
MI GESTIÓN CUENTA CON EL APOYO DE LÍDERES.



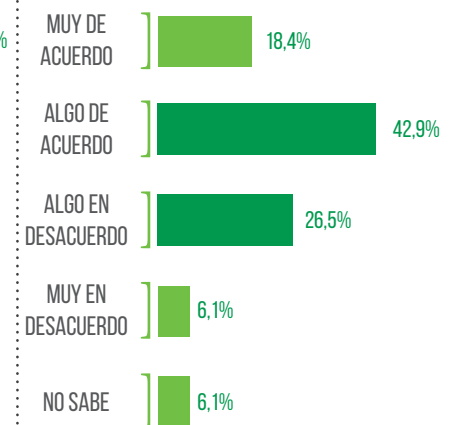
TENGO ACCESO DIRECTO AL "NÚMERO 1"



MI JEFE DIRECTO CONSIDERA MUY IMPORTANTE LO QUE HAGO EN CI

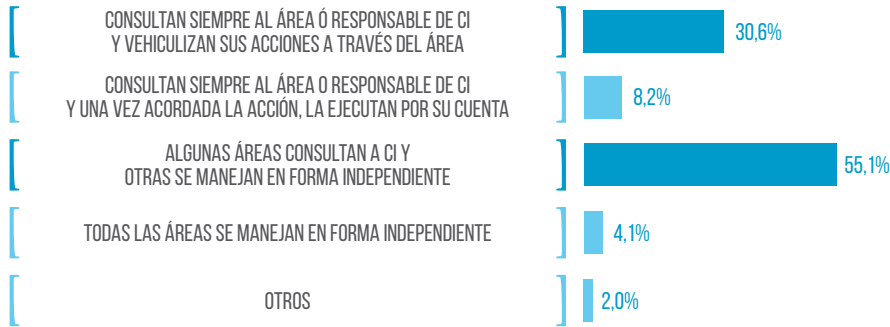


LOS MANDOS MEDIOS DE LA EMPRESA APOYAN LA GESTIÓN DE CI



PROCEDIMIENTO

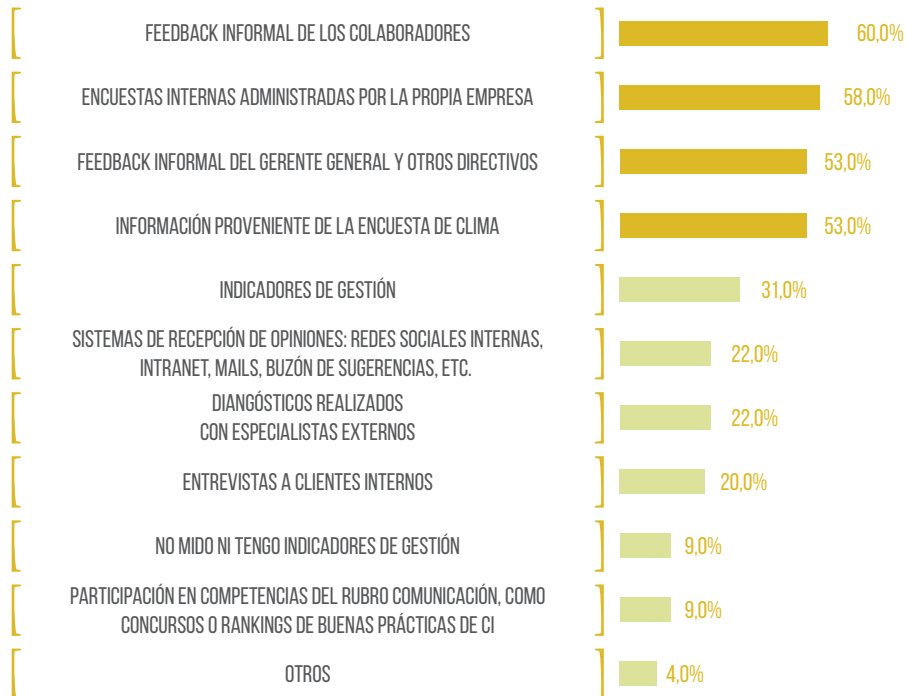
DENTRO DE LA EMPRESA, LAS ÁREAS QUE QUIEREN HACER ALGUNA ACCIÓN DE CI...



MEDICIÓN

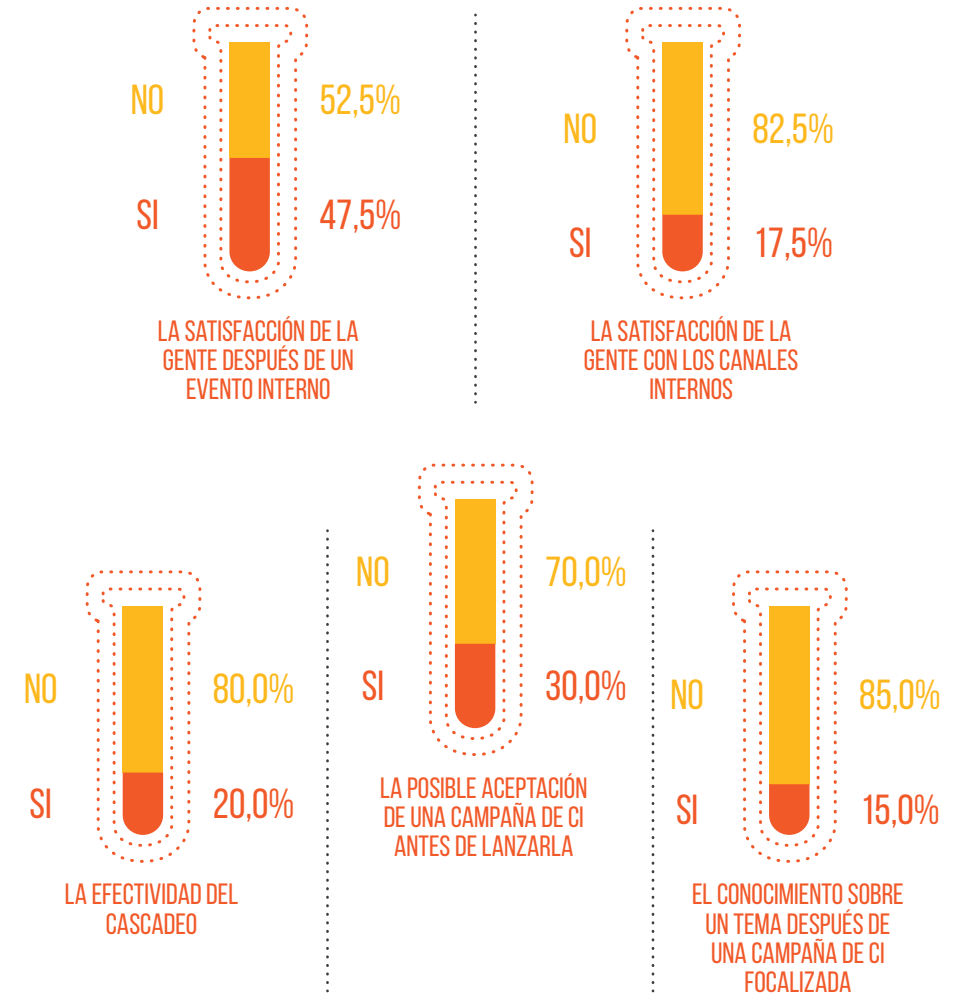
¿QUÉ TIPO DE INSTRUMENTOS UTILIZAS PARA MEDIR/EVALUAR TU GESTIÓN?

PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



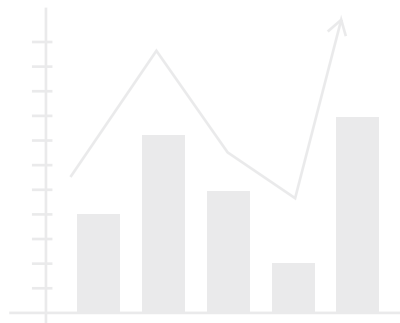
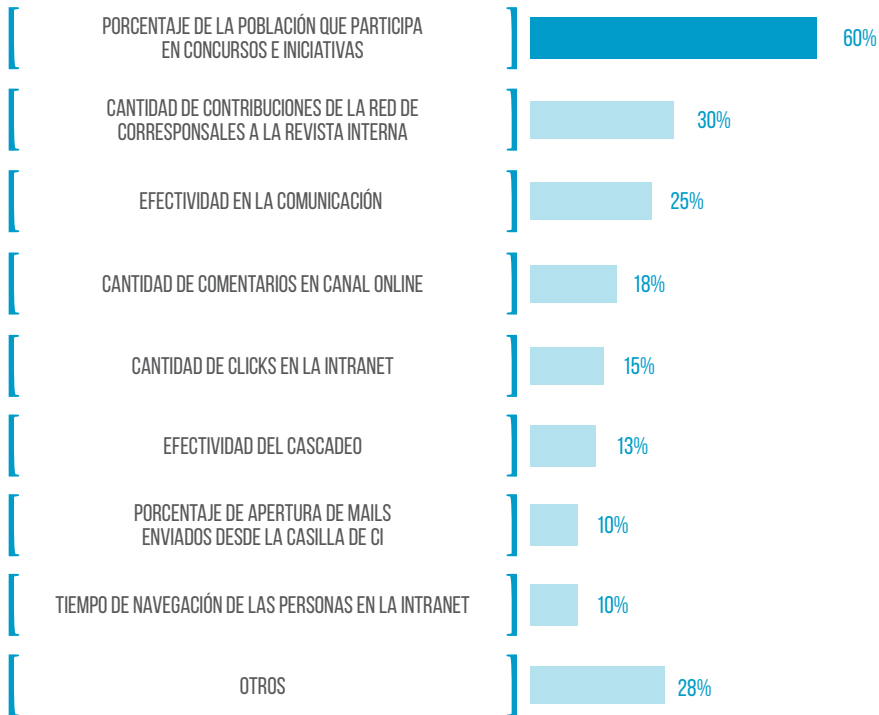
INSTRUMENTOS FORMALES

¿MIDES CON ALGÚN INSTRUMENTO FORMAL (ENCUESTAS, FOCUS, ENTREVISTAS, ETC.) LAS SIGUIENTES VARIABLES?



INDICADORES

¿QUÉ TIPO DE INDICADORES ESPECÍFICOS UTILIZAS PARA MEDIR/EVALUAR TU GESTIÓN?
PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



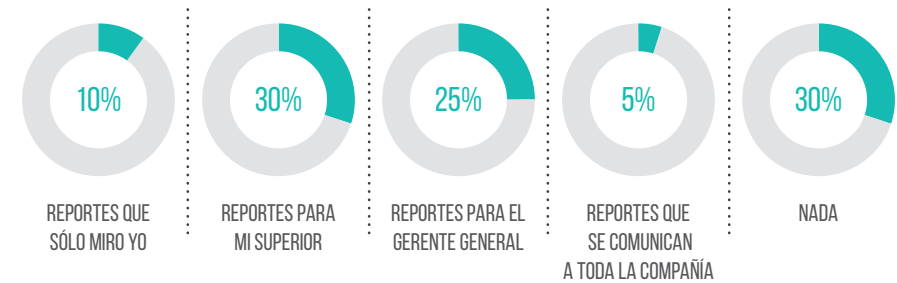
ORDEN INDICADORES

¿ORDENAS ESOS INDICADORES EN ALGUNA HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO PERIÓDICO, COMO UN TABLERO DE CONTROL?



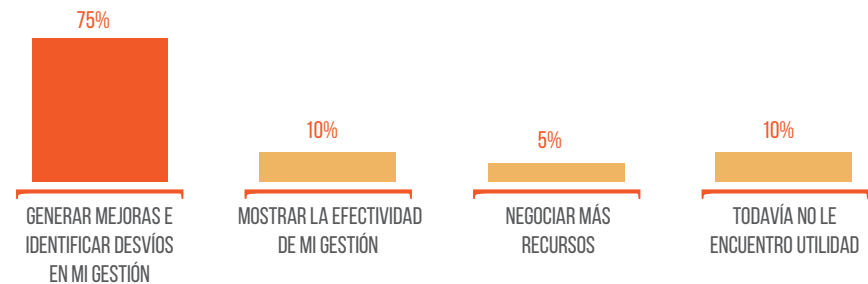
REPORTES DE MEDICIÓN

¿QUÉ HACES CON LAS MÉTRICAS RECABADAS?



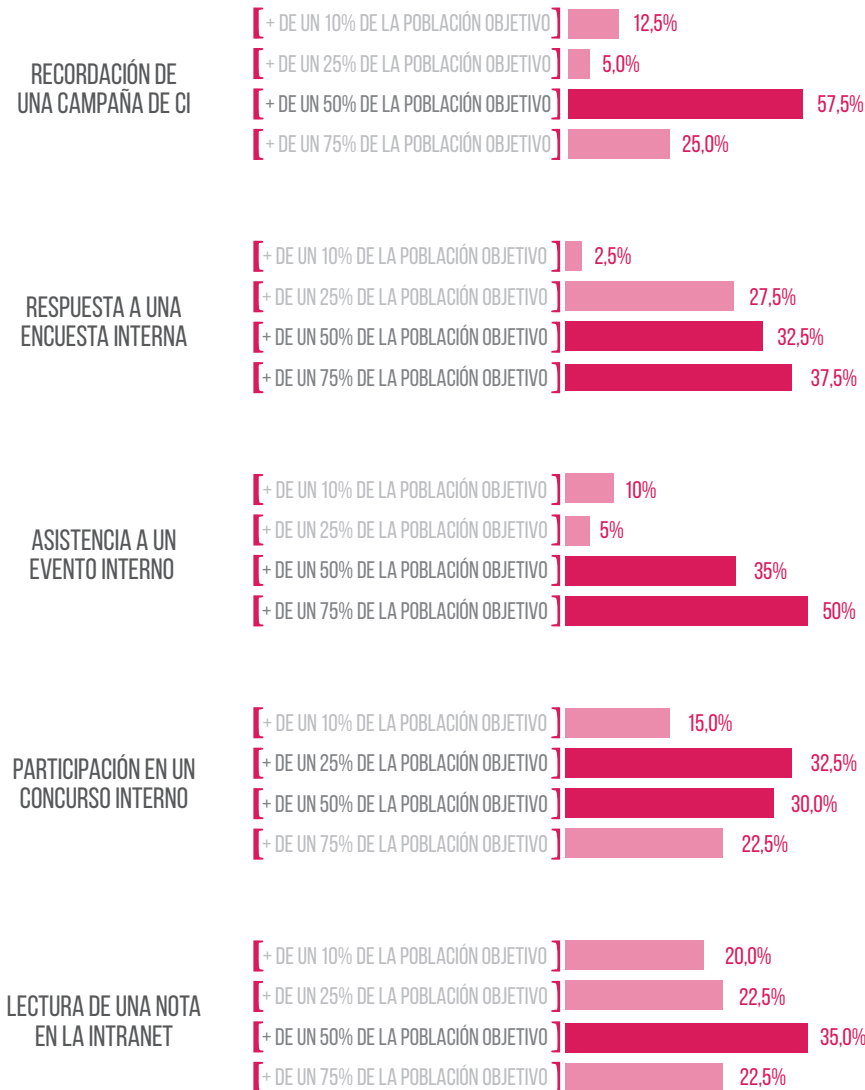
UTILIDAD DE MEDICIÓN

¿CUÁL ES LA PRINCIPAL UTILIDAD QUE LE DAS A LA MEDICIÓN?



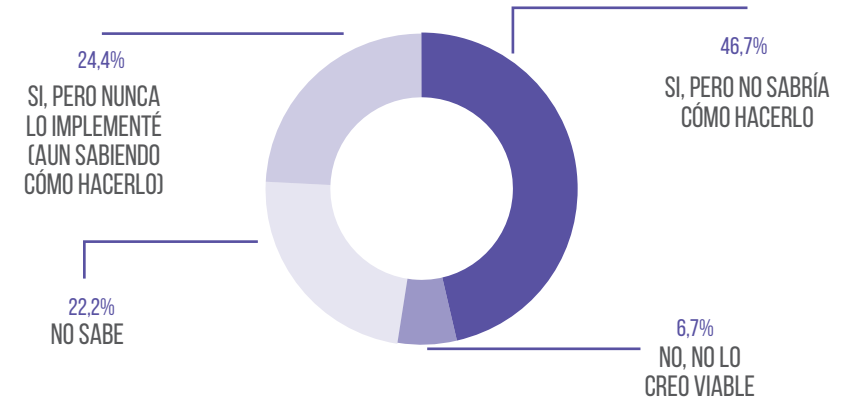
POBLACIÓN INTERNA

CONSIDERANDO LA TASA DE RESPUESTA DE LAS POBLACIONES A LAS QUE DIRIGES ACCIONES DE CI, ¿A PARTIR DE QUÉ PORCENTAJE DE RESPUESTA CONSIDERAS EFECTIVAS ESTAS ACCIONES?



ROI

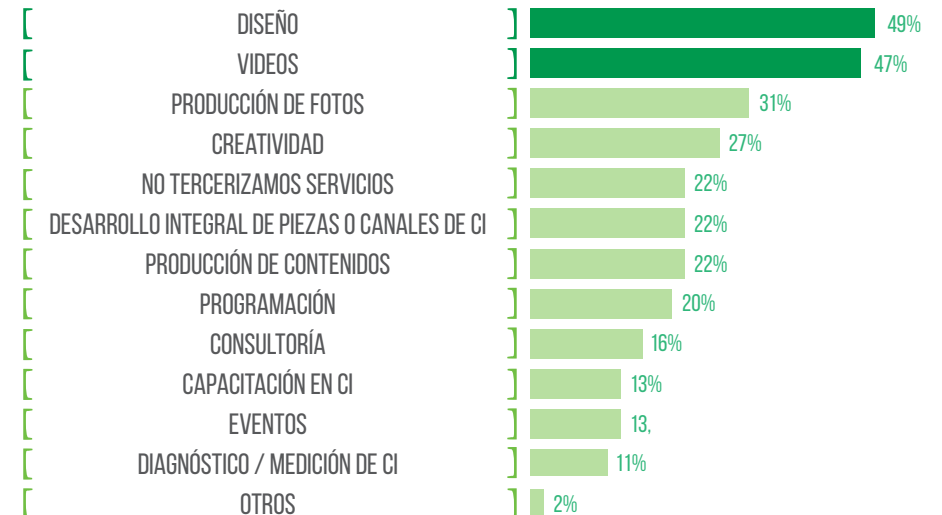
¿CONSIDERAS VIABLE LA POSIBILIDAD DE DEMOSTRAR ROI (RETORNO DE LO INVERTIDO, AHORRO, O UTILIDADES) PROPICIADO POR UNA ACCIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA?



TERCIALIZACIÓN

¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS QUE EL ÁREA DE CI TERCERIZA?

PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



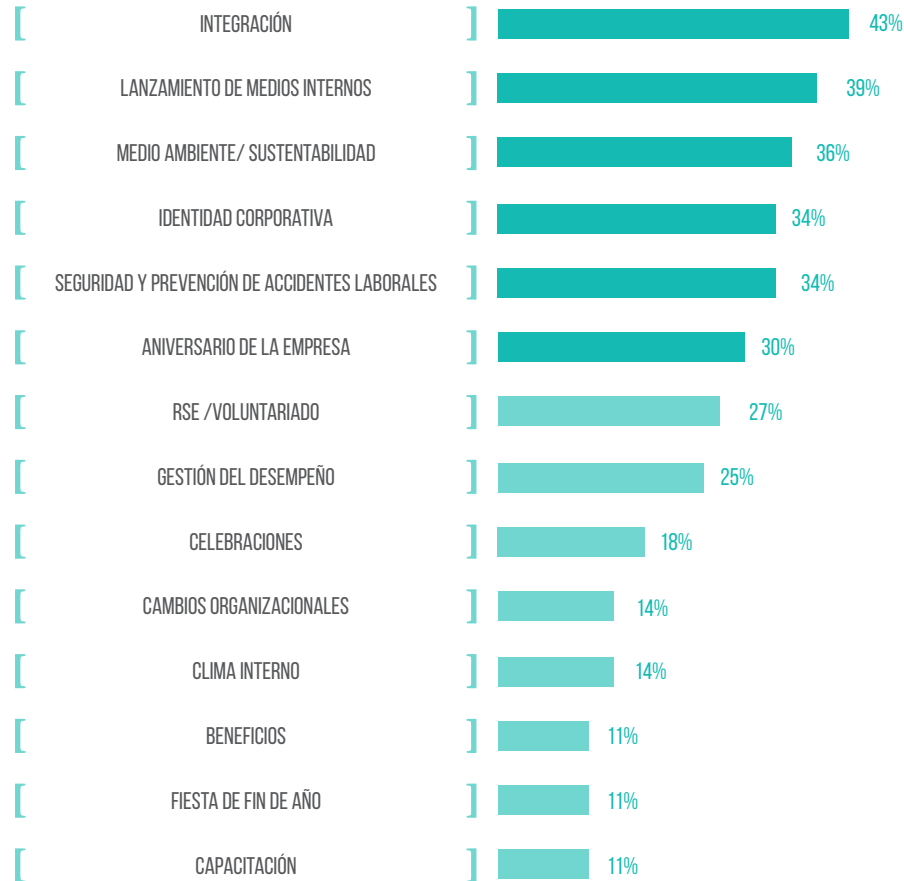
RADIOGRAFÍA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA HOY

Acciones, Canales
y Temáticas de CI

PRINCIPALES TEMAS

¿CUÁLES SON LOS TEMAS PRINCIPALES A LOS QUE SE LE DEDICÓ MAYOR ATENCIÓN Y DESPLIEGUE COMUNICACIONAL EN 2014?

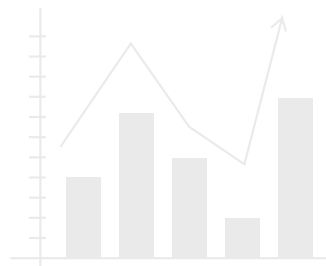
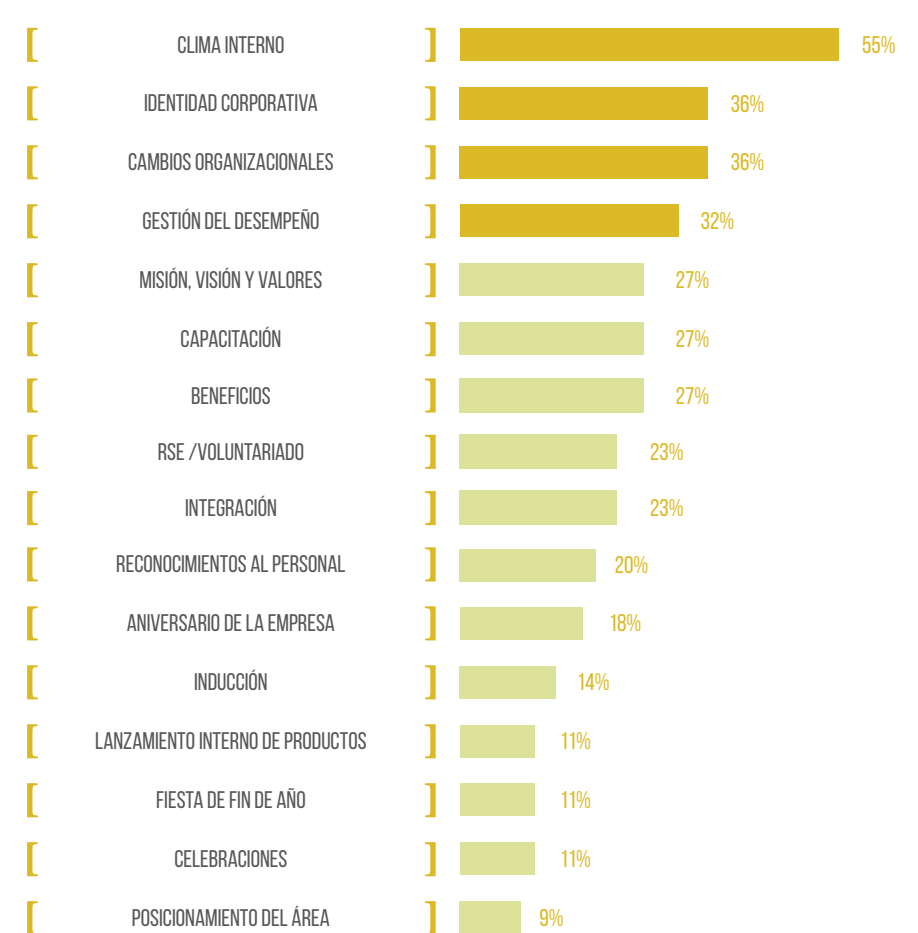
PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



TEMAS ESTRATÉGICOS 2015

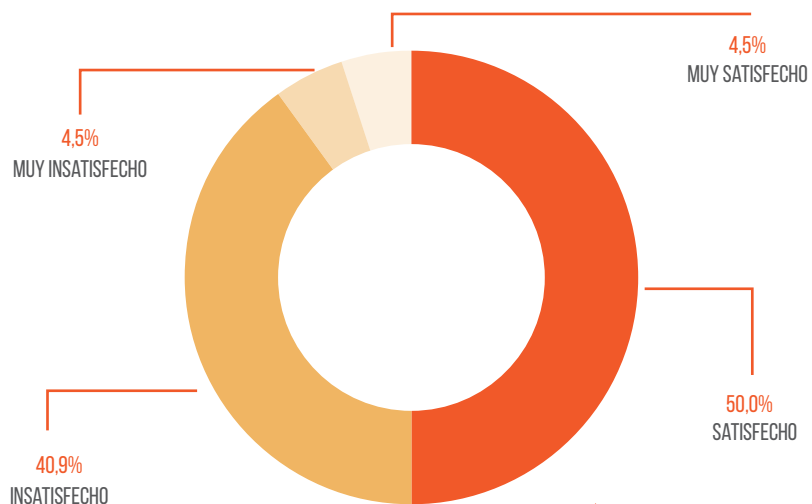
¿CUÁLES SERÁN LOS TEMAS ESTRATÉGICOS Y DEBERÁS DEDICARLE MAYOR ATENCIÓN Y DESPLIEGUE COMUNICACIONAL EN EL 2015?

PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



SATISFACCIÓN DE CANALES DE CI

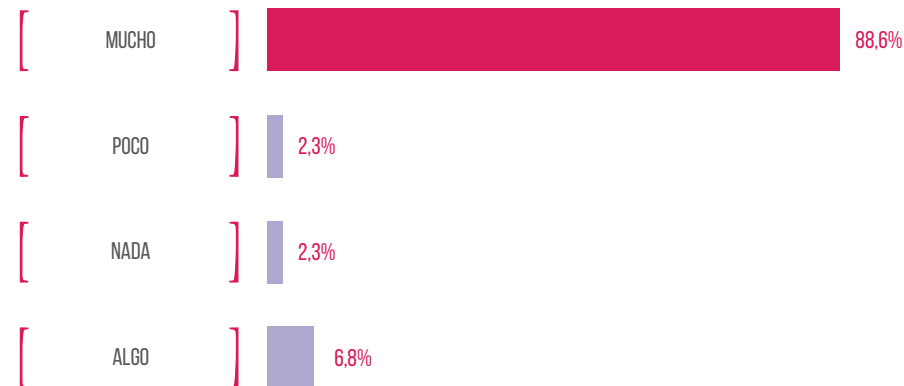
A NIVEL PERSONAL, ¿CUÁL ES TU GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA CON LOS QUE CUENTAS?



EXISTE UNA GRAN OPORTUNIDAD DE TRABAJAR EN LA MEJORA DE LOS CANALES DEL CI EN TANTO EL 45% DE LOS ENCUESTADOS SE ENCUENTRAN INSATISFECHOS CON LOS CANALES CON LOS QUE HOY CUENTAN”.

LÍDERES COMO CANALES DE CI

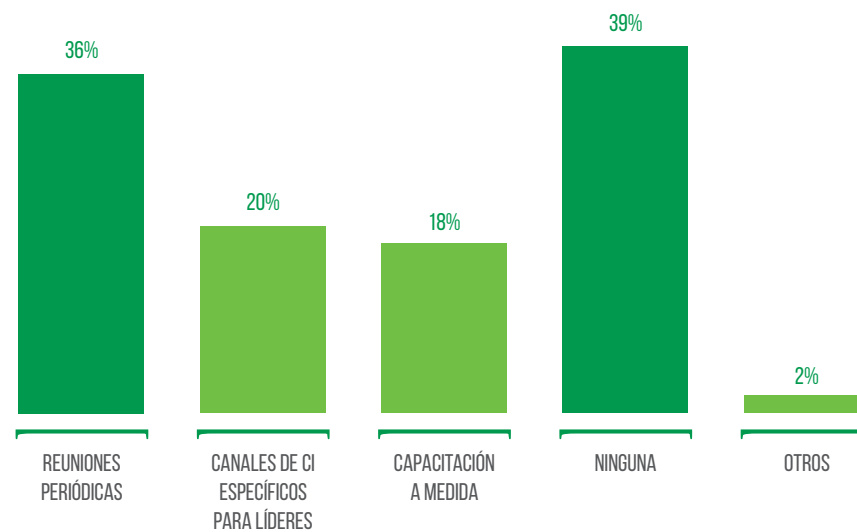
¿CUÁNTA IMPORTANCIA CONSIDERAS QUE TIENEN LOS LÍDERES FORMALES (CEO, PRESIDENTE, GERENTE GENERAL, DIRECTORES, GERENTES, JEFES Y SUPERVISORES) COMO CANAL DE CI?



FORTALECIMIENTO DE LÍDERES

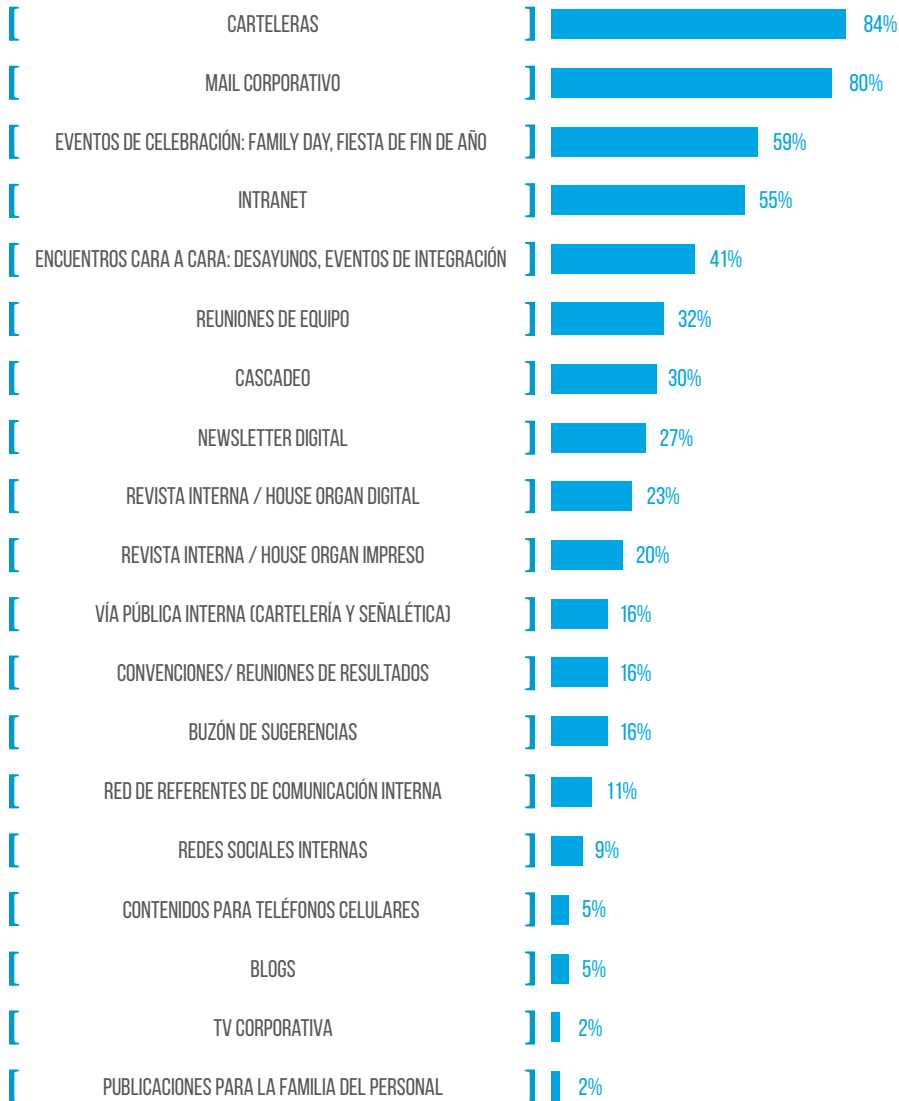
¿QUÉ MEDIDAS LLEVAS ADELANTE PARA FORTALECER A LOS LÍDERES COMO CANAL DE CI?

PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



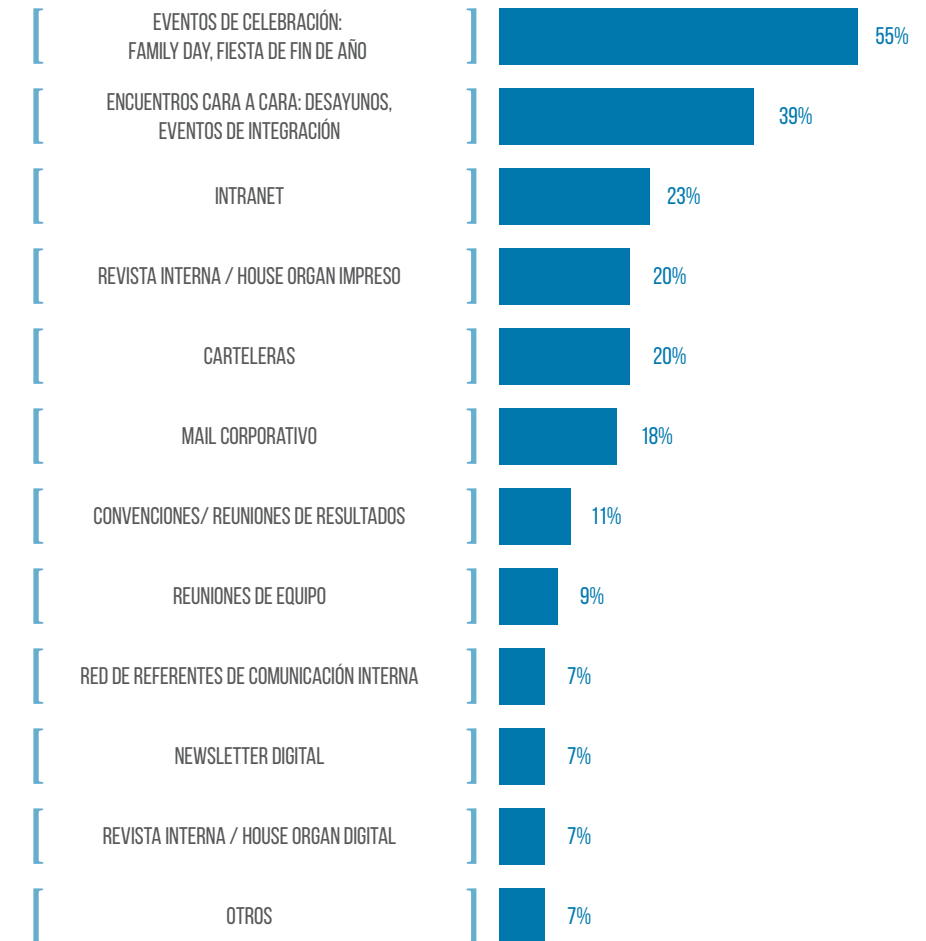
**PRINCIPALES
CANALES ACTUALES**

¿PODRÍAS SEÑALAR CUÁLES SON LOS CANALES PERIÓDICOS DE COMUNICACIÓN CON LOS QUE CUENTAS?
PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



**INVERSIÓN
EN CANALES**

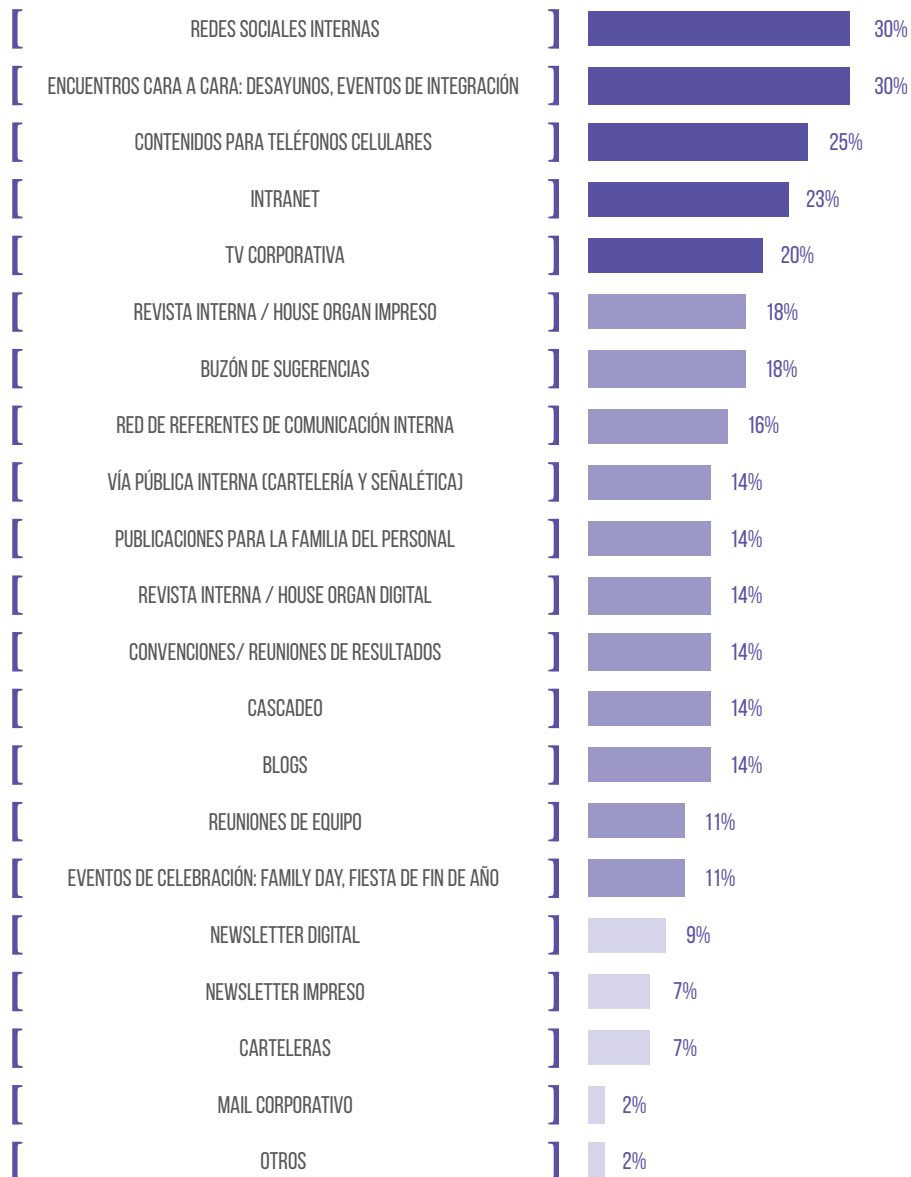
¿Y CUÁLES SON LOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LOS QUE TÚ INVIERTES MAYORES RECURSOS ECONÓMICOS ACTUALMENTE?
PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



INCORPORACIÓN DE CANALES

¿CUÁLES SON LOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE NECESITAS INCORPORAR?

PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE

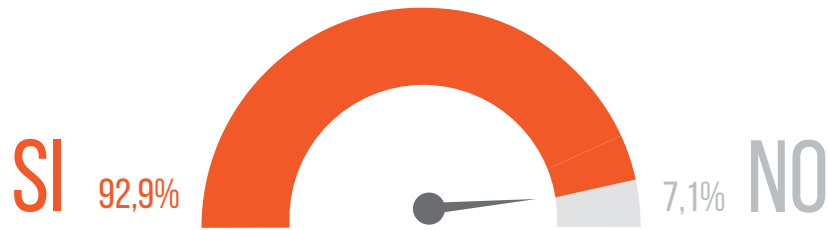


EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

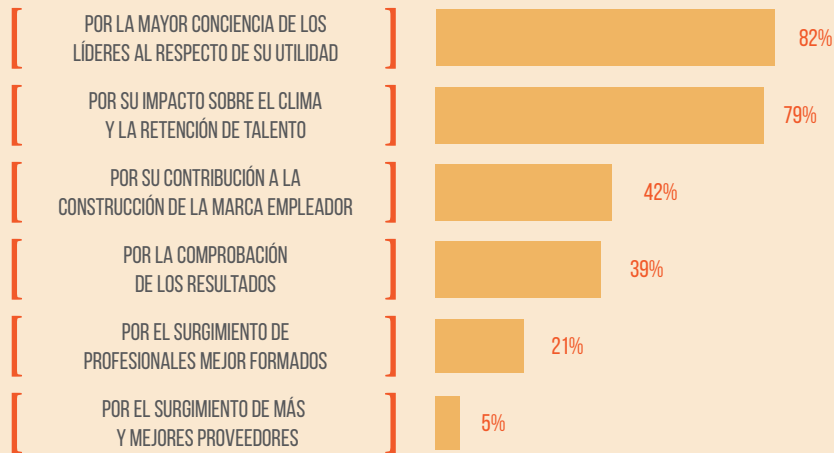
Crecimiento y evolución

CRECIMIENTO DE LA CI

¿CONSIDERAS QUE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN GENERAL CRECERÁ EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

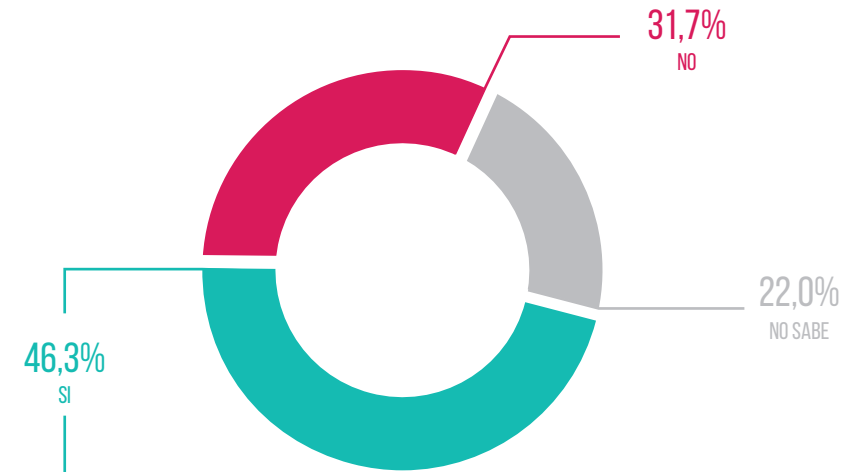


¿POR QUÉ RAZÓN CREES QUE LA CI CRECERÁ COMO DISCIPLINA? RESPUESTAS MÚLTIPLES

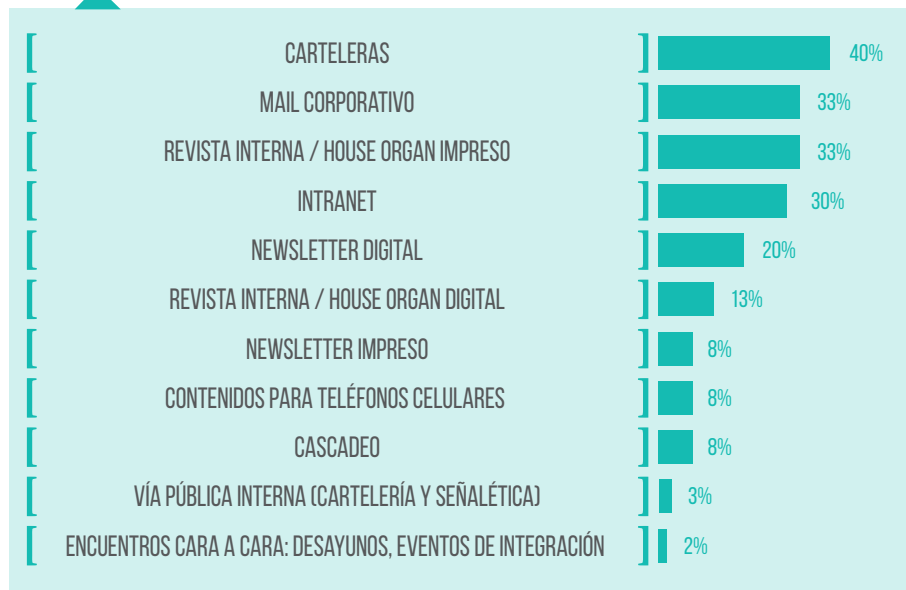


AVANCES DE LAS REDES SOCIALES

CONSIDERAS QUE EL AVANCE DE LAS REDES SOCIALES PODRÁ REEMPLAZAR EL USO DE ALGUNO DE LOS CANALES DE CI EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

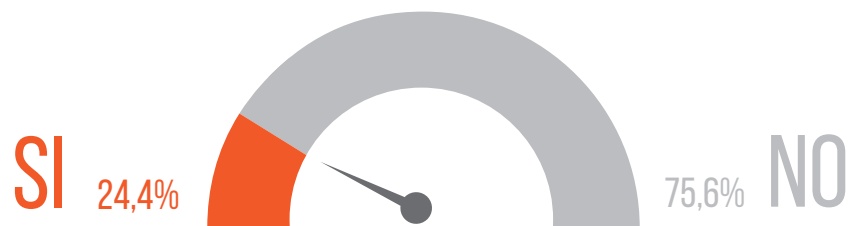


¿CUÁLES? PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE

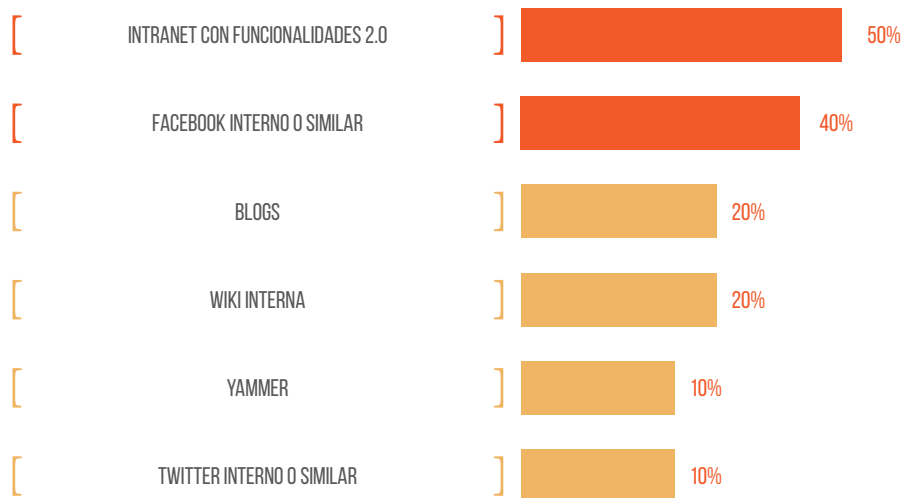


USO DE LAS REDES SOCIALES

¿UTILIZAS EN LA GESTIÓN DE LAS CI DE TU EMPRESA HERRAMIENTAS 2.0 / REDES SOCIALES?



¿CUÁLES? PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE

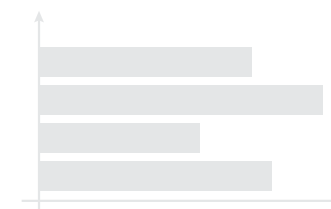
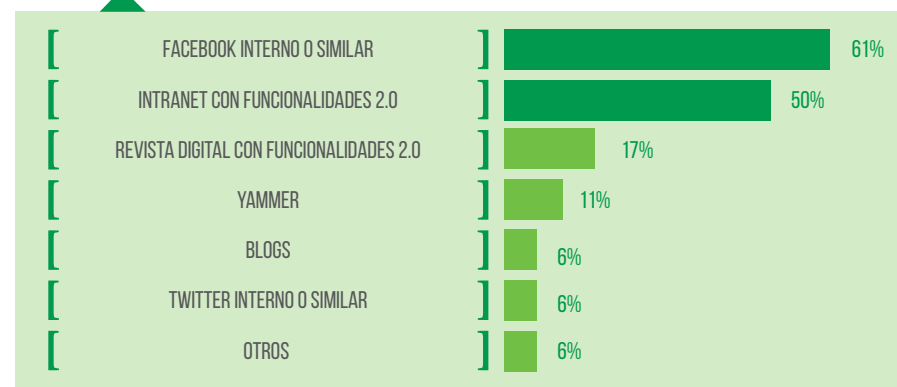


MODERACIÓN HERRAMIENTAS 2.0

¿CUENTAS CON UNA POLÍTICA ESTABLECIDA PARA EL USO DE HERRAMIENTAS 2.0? (MODERACIÓN, FLUJOS DE APROBACIÓN, ETC.)



¿PARA CUÁLES? PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE



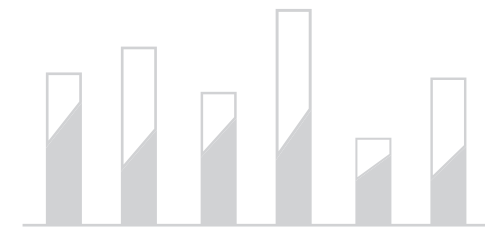
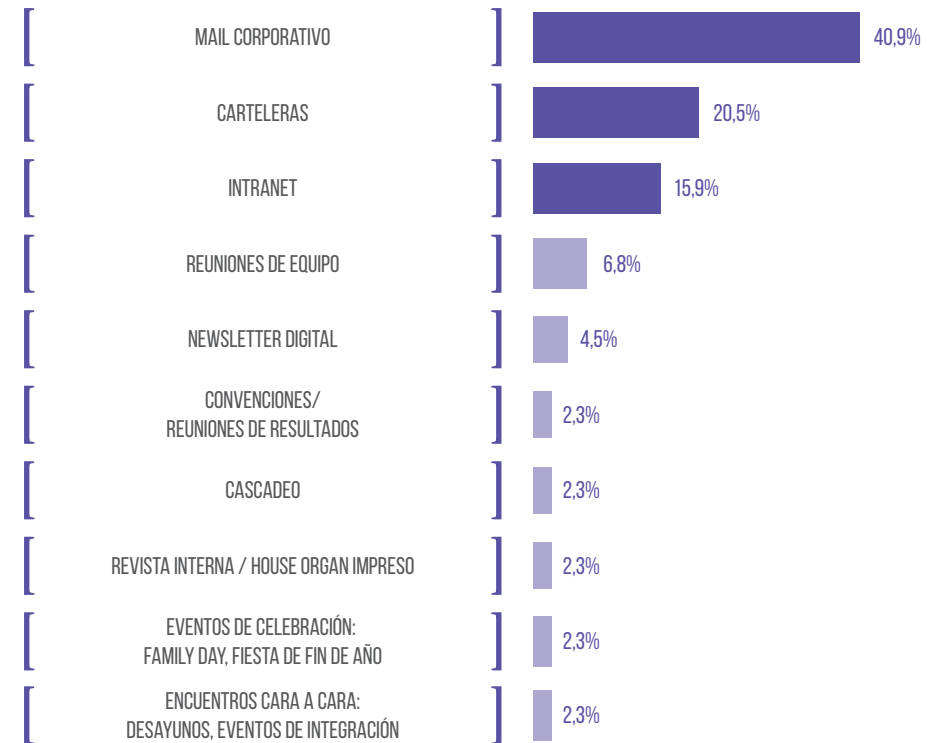
COMPARANDO CANALES

EVALÚE COMPARATIVAMENTE LOS CANALES CON LOS QUE CUENTA
PREGUNTA CON OPCIÓN A RESPUESTA MÚLTIPLE

	NO SIRVE, LO ELIMINARÍA	NO DESPIERTA EL INTERÉS DE LA GENTE	VALORADO POR LA GENTE	PARA GENERAR CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO	PARA INFORMAR MASIVAMENTE
BLOG		50%	50%		100%
CARTELES	3%	19%	33%	8%	72%
REUNIONES DE RESULTADOS			71,0%	29,0%	57,0%
BUZÓN DE SUGERENCIAS	43%	43%	14%		
CASCADEO		8%	62%	23%	31%
CONTENIDO EN CELULARES		50%	50%		50%
CARA A CARA			59%	65%	24%
FAMILY DAY			76%	40%	16%
REVISTA INTERNA IMPRESA		22%	56%	33%	56%
REVISTA INTERNA DIGITAL		20%	40%	20%	40%
INTRANET	4%	38%	21%	13%	46%
MAIL CORPORATIVO		15%	21%	12%	88%
NEWSLETTER DIGITAL	9%	9%	27%	9%	64%
PUBLICACIONES A FAMILIA DEL PERSONAL			100%		
RED DE REFERENTES DE CI			80%	60%	20%
REDES SOCIALES INTERNAS		75%	25%		
REUNIONES DE EQUIPO			79%	36%	29%
TV CORPORATIVA					100%
VÍA PÚBLICA INTERNA			29%	14%	86%

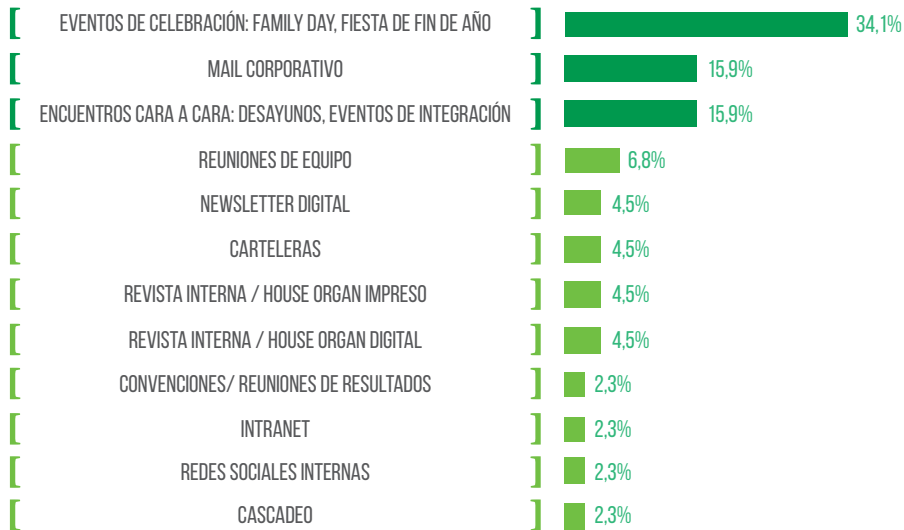
USO DE CANALES

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA MÁS UTILIZADOS



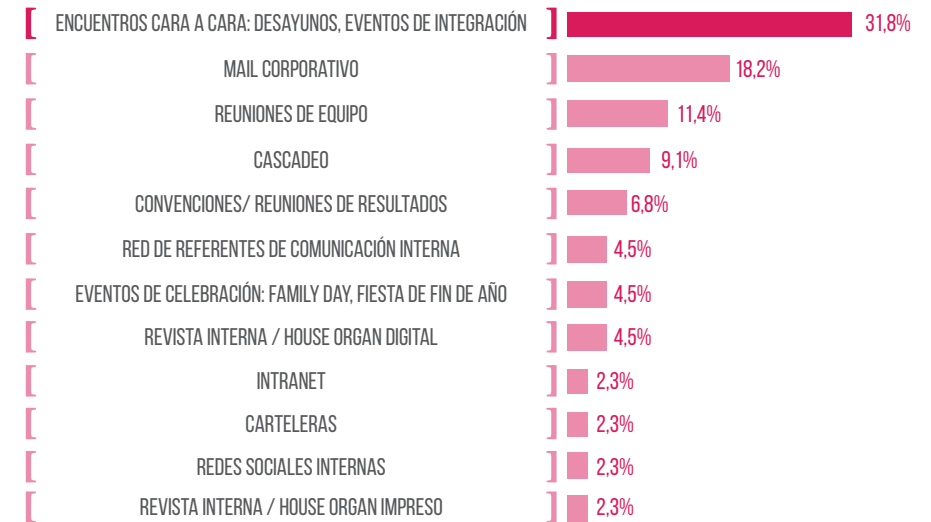
VALORACIÓN

EL MÁS VALORADO POSITIVAMENTE



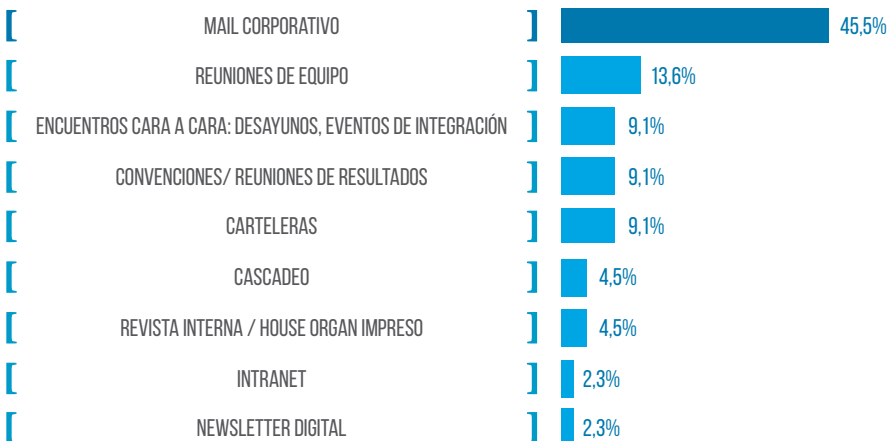
COMPORTEAMIENTO

EL MÁS EFECTIVO PARA PROVOCAR CAMBIOS DE COMPORTEAMIENTO



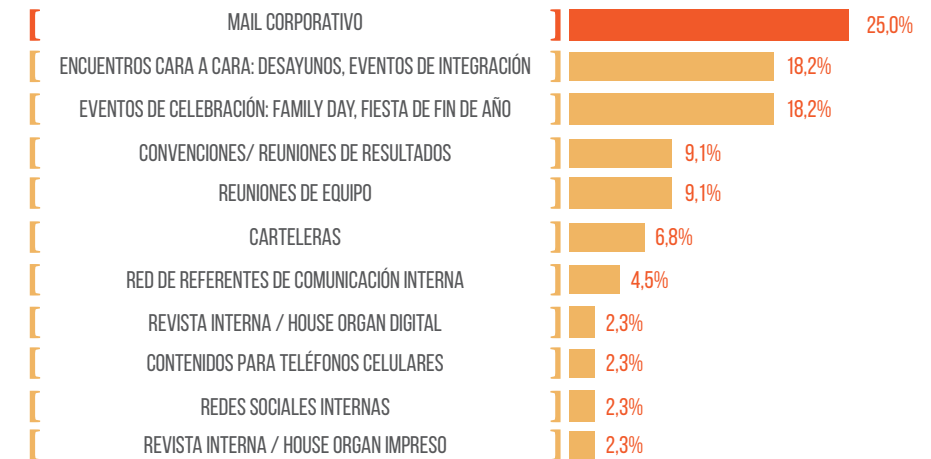
MENSAJE

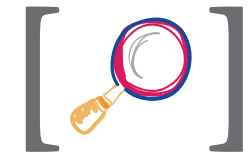
EL MÁS EFECTIVO A LA HORA DE DISTRIBUIR UN MENSAJE



FEEDBACK

EL CANAL QUE BRINDA MÁS FEEDBACK





ENCONTRARÁS UN ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD DE
ESTE ESTUDIO EN EL EVENTO:

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO CI EN URUGUAY

SU LANZAMIENTO SE HARÁ EL
Miércoles 29 de julio
9:00HRS

**HOTEL
FOUR POINTS**
(EJIDO 1275)

CONFIRMÁ TU ASISTENCIA A:
ttome@bwcomunicacion.com
(VACANTES LIMITADAS)

ACERCA DE

3 trespuntozero
Investigación + Comunicación



[BW Comunicación Interna]

Es una de las agencias especializadas en Comunicación Interna y con mayor trayectoria del mercado argentino, uruguayo y latinoamericano. Con 18 años de experiencia, presta servicios en consultoría y estrategia (asesoramiento estratégico, planeamiento, solución a problemáticas puntuales, benchmarking), ejecución y producción (campañas, medios gráficos, digitales, audiovisuales, ambientales e interpersonales), capacitación (talleres y coaching) y medición y diagnóstico (auditorías, encuestas, focus, etc.). Cuenta con oficinas propias en Chile, Colombia, Perú, Paraguay, Uruguay y Brasil. Ofrece soluciones mediante un servicio "llave en mano" y trabaja para empresas de entre 50 y 30.000 personas, con diversidad de públicos, mucha dispersión geográfica y personal sindicalizado.

Más información en:

E-news periódico especializado en CI: www.pulso-ci.bwcomunicacion.com

Web: www.bwcomunicacion.com / www.diagnosticsoci.com

@BWcomint_Uy /bw.comunicacion.interna bw-comunicacion-interna-srl

[Trespuntozero]

Es una empresa de consultoría y opinión pública formada en 2007, a partir de la convergencia de profesionales jóvenes. Cuenta con una trayectoria consolidada en el medio.

Trespuntozero reúne a consultores que han desarrollado su actividad y experiencia en las empresas de consultoría más importantes.

Más información en: www.trespuntozero.com.ar

Diagnóstico CI 2015 es un trabajo conjunto entre Trespuntozero –empresa de consultoría y opinión pública- y BW Comunicación Interna –una de las agencias líderes especializadas en CI y con mayor trayectoria del mercado argentino y latinoamericano.

Las compañías líderes de Uruguay respondieron sobre temas clave de la gestión de la CI, dando un marco de situación de la actividad y de las principales tendencias de un sector en pleno crecimiento.

En esta segunda edición del Diagnóstico CI participaron 51 empresas: la muestra se duplicó respecto al Diagnóstico CI 2013.