



La Comunicación y las Relaciones Públicas

-Radiografía del sector 2004-

Las Empresas

SIGMADOS

ÍNDICE

Presentación de resultados

I Ficha técnica

II Perfil de las empresas con función de comunicación

III Relación empresas – consultoras de comunicación/RP

IV El futuro de la comunicación y las Relaciones Públicas



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

sage.com
communication
something that con
letter or mess

I Ficha técnica

- **UNIVERSO:** 500 mayores empresas con función de comunicación y Relaciones Públicas.
- **MUESTRA:** Realización de 92 entrevistas, con un error posible de $\pm 9.6\%$ para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q=50/50.
- **ENTREVISTA:** Telefónica asistida por ordenador (CATI), al responsable de la función de comunicación.
- **SELECCIÓN:** A partir del listado facilitado por ADECEC.
- **CUESTIONARIO:** Estructurado, diseñado por ADECEC.
- **FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** Del 14 al 22 de octubre de 2004.
- **REALIZACIÓN:** SIGMA DOS, S.A. miembro de AEDEMO, ANEIMO, AEC (Asociación Española de Empresas de Consultoría), ESOMAR, WAPOR.
- **CERTIFICACIÓN DE CALIDAD:** ISO 9001 acreditada por DNV.

II Perfil de las empresas que ejecutan planes de comunicación

Sector de actividad en el que trabajan las empresas

Respuesta múltiple

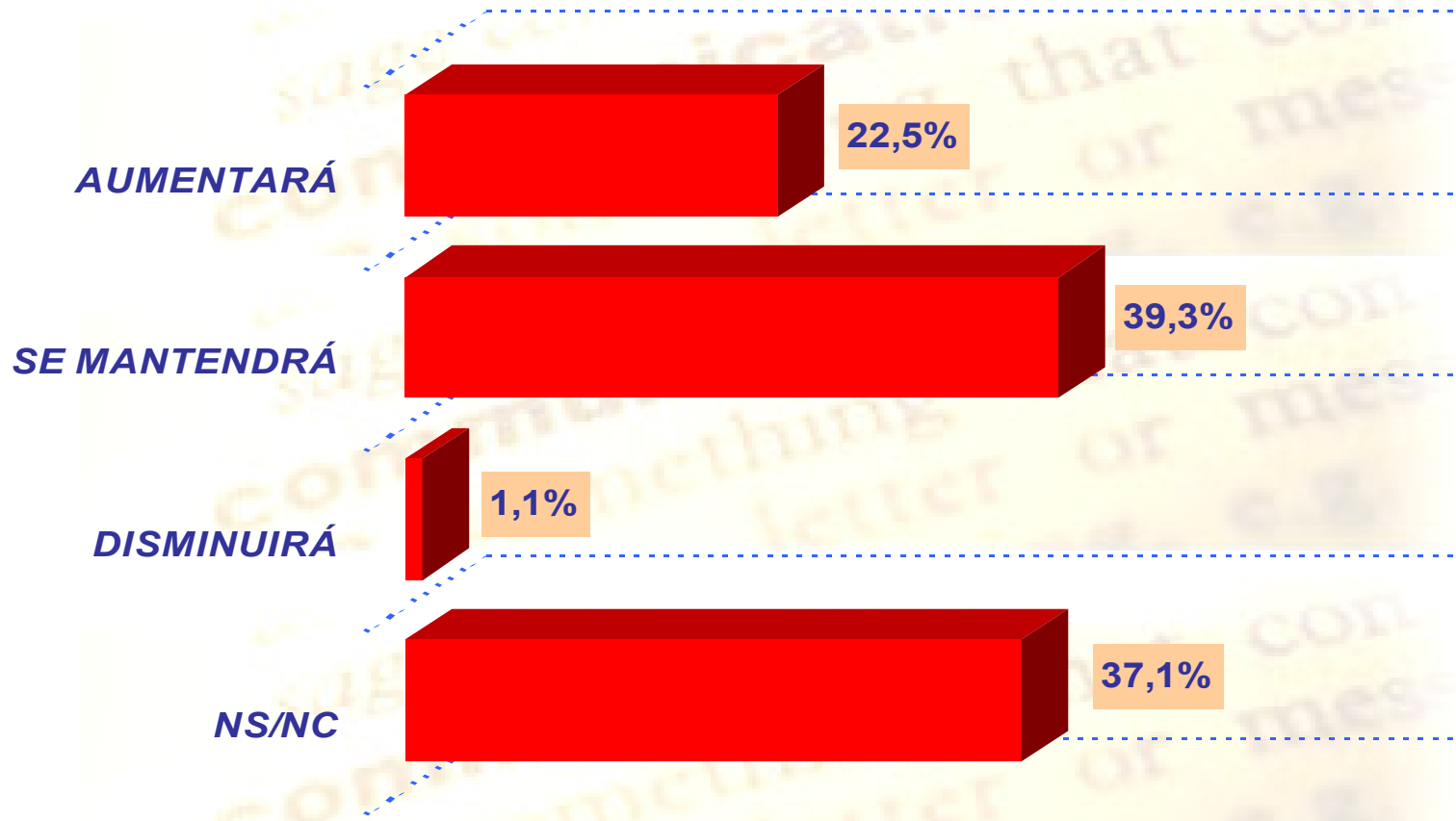
	TOTAL EMPRESAS
	%
Servicios públicos y entidades.....	12.4
Alimentación y bebidas.....	7.9
Bancos, cajas y serv. financieros, seguros.....	7.9
Producción de energía, electricidad.....	7.9
Automoción (automóviles, transportes, motos y bicicletas).....	6.7
Telecomunicaciones.....	6.7
Instituciones benéficas.....	5.6
Turismo y viajes.....	4.5
Actividades sindicales, políticas.....	4.5
Electrodomésticos.....	3.4
Farmacia.....	3.4
Medios de Comunicación/Editoriales.....	3.4
Perfumes y cosmética.....	2.2
Televisión, vídeo y sonido.....	2.2
Distribución.....	1.1
Informática y ofimática.....	1.1
Organismos oficiales.....	1.1
Relojería y óptica.....	1.1
Tabacos.....	1.1
Textil y vestimenta.....	1.1
Otros.....	14.6

Parte del presupuesto de marketing destinado a comunicación en el año 2004



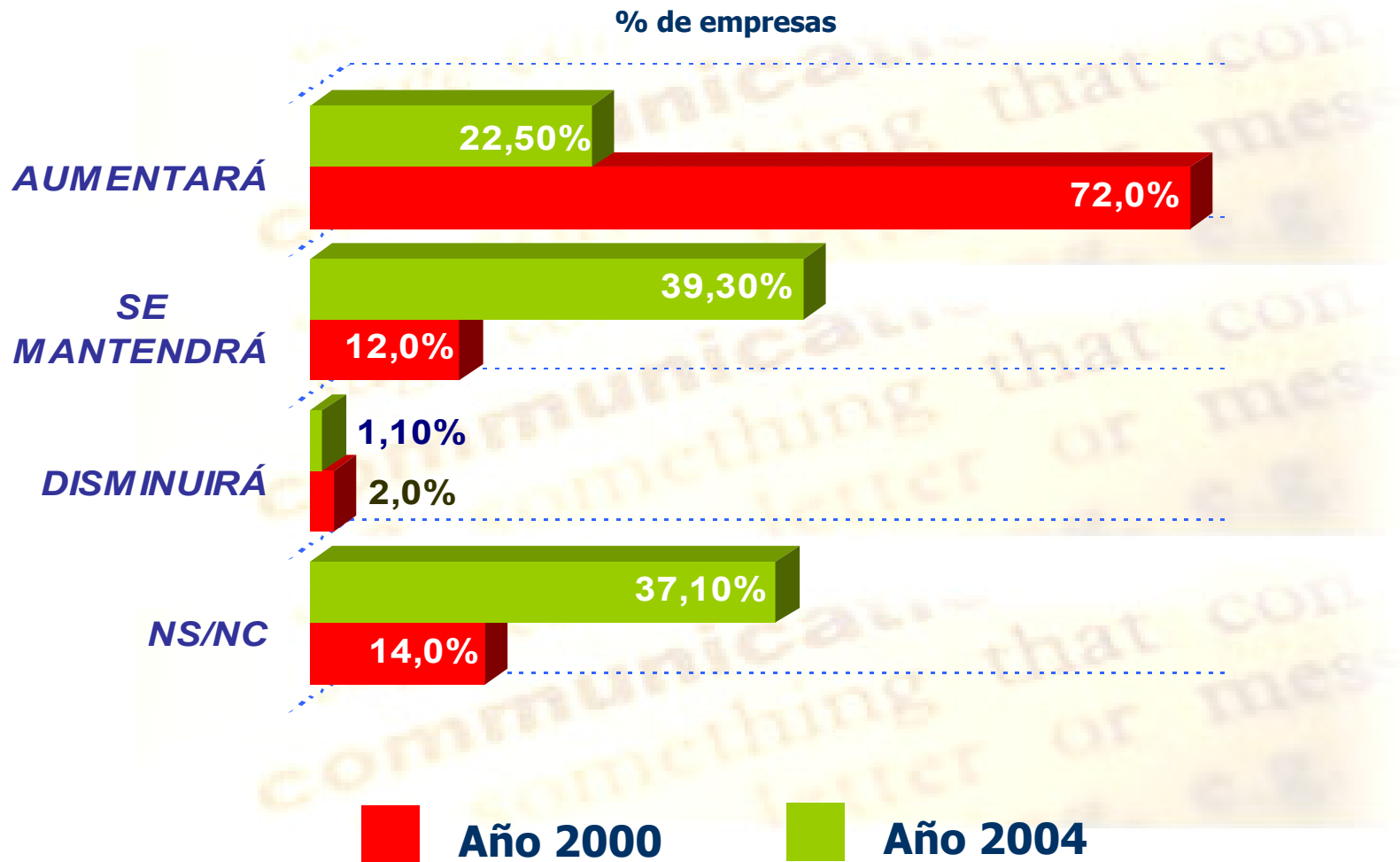
Base: Total empresas

Variación del presupuesto en comunicación en 2004/05



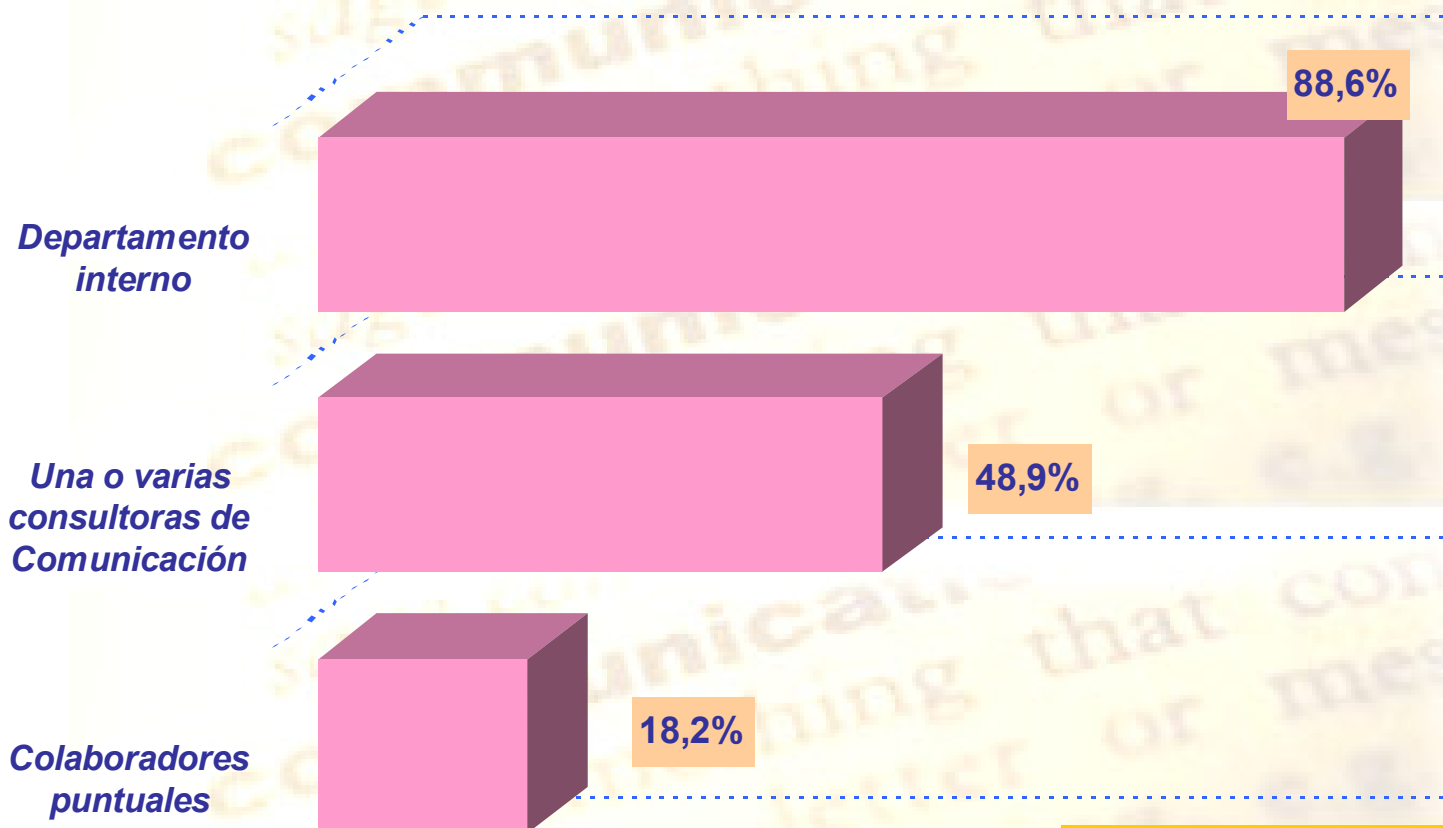
Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004



Con quien cuenta para desarrollar la labor de comunicación

% de empresas



Base: Total empresas

Disciplinas

% de empresas



Base: Total empresas

Con quien realiza cada disciplina

% de empresas

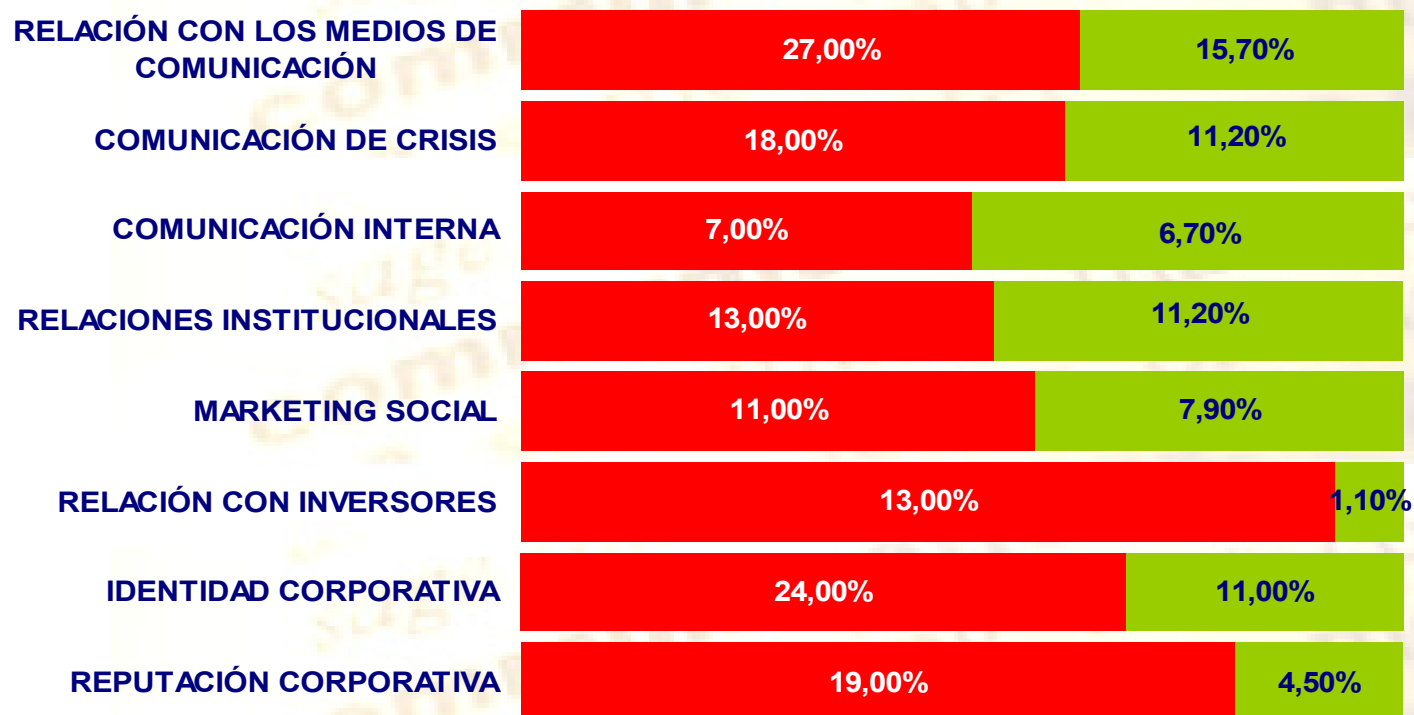


Base: Empresas que realizan cada disciplina

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

Disciplinas realizadas con las consultoras

% de empresas



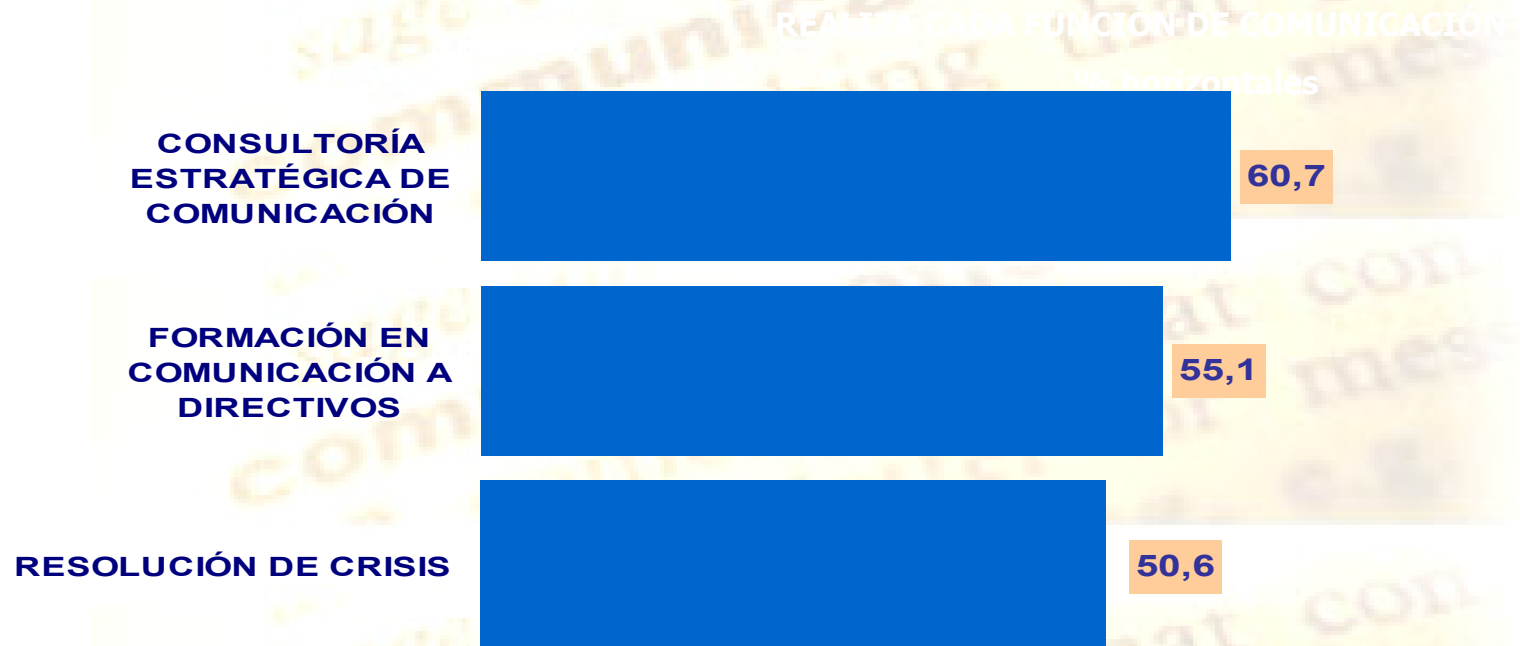
AÑO 2000



AÑO 2004

Funciones de comunicación realizadas por las empresas contratantes

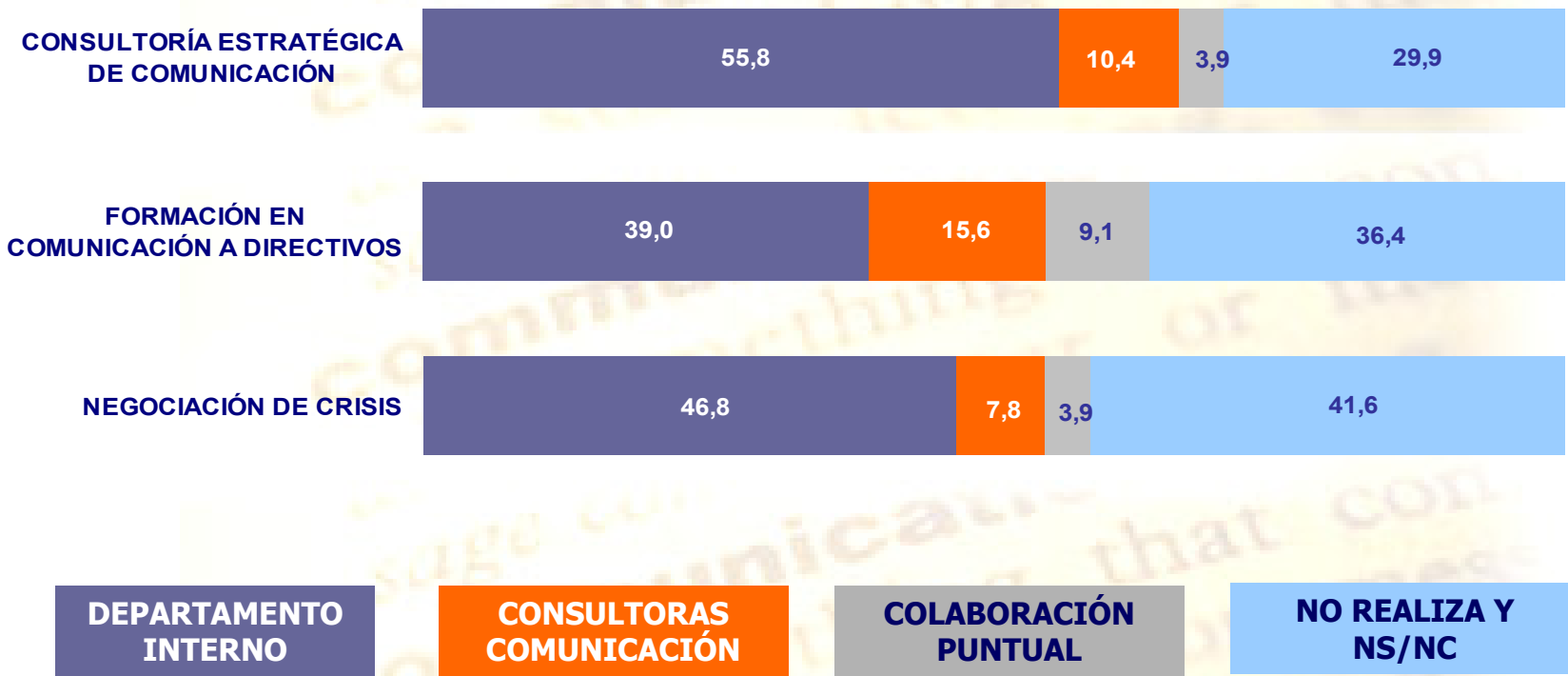
% de empresas



Base: Total empresas

Con quien realiza cada función de comunicación

% de empresas



Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

Funciones de comunicación realizadas por las consultoras
% de empresas

	AÑO 2000	AÑO 2004
Consultoría estratégica de comunicación...	29%	10.4%

Servicios de comunicación realizados por las empresas contratantes

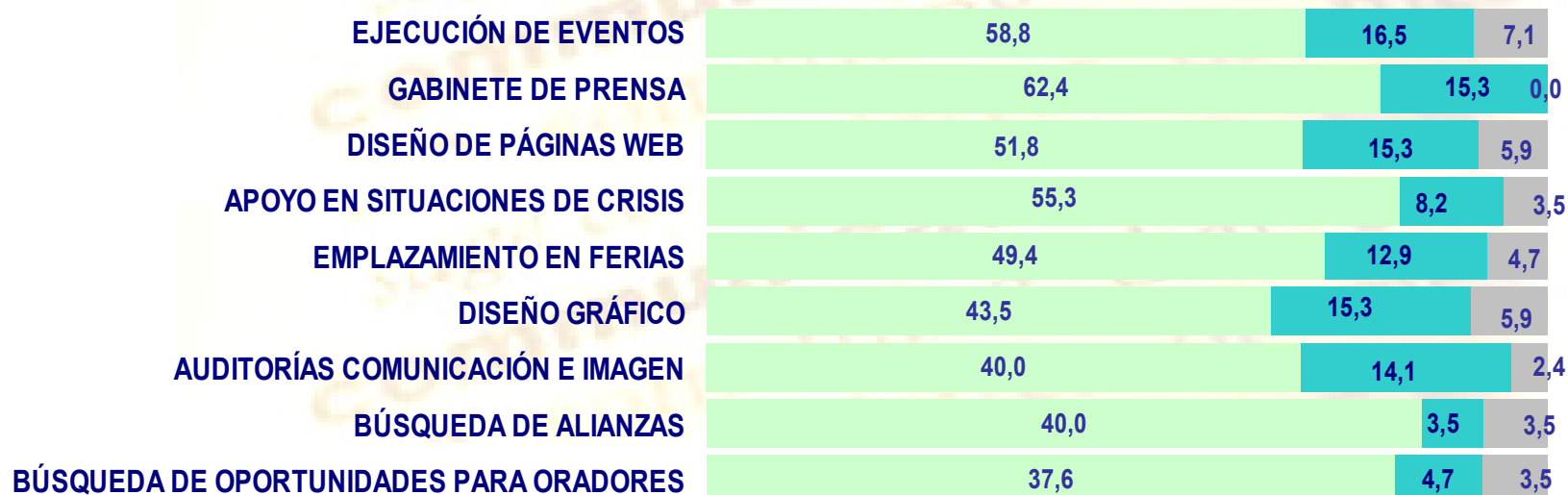
% de empresas



Base: Total empresas

Con quien realiza cada servicio de comunicación

% de empresas



DEPARTAMENTO INTERNO

CONSULTORAS COMUNICACIÓN

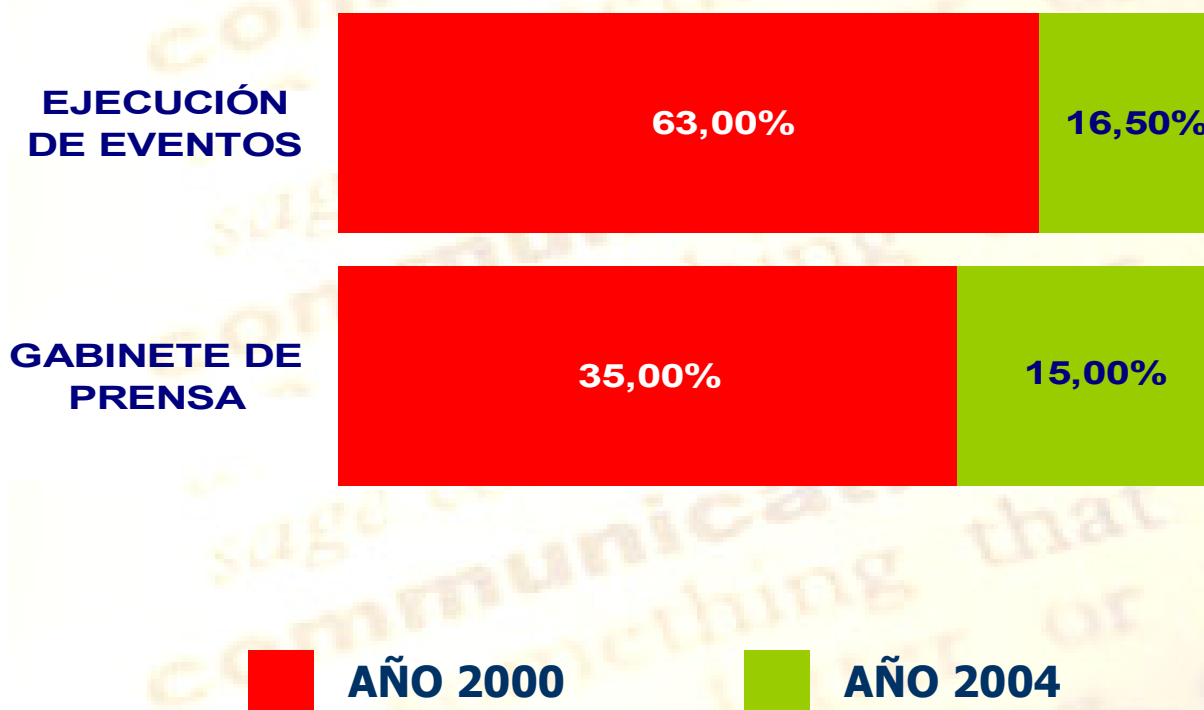
COLABORACIÓN PUNTUAL

Base: Empresas que realizan cada servicio

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

Servicios de comunicación realizadas por las consultoras

% de empresas



Objetivos de las empresas para los planes de comunicación

% de empresas



Base: Total empresas

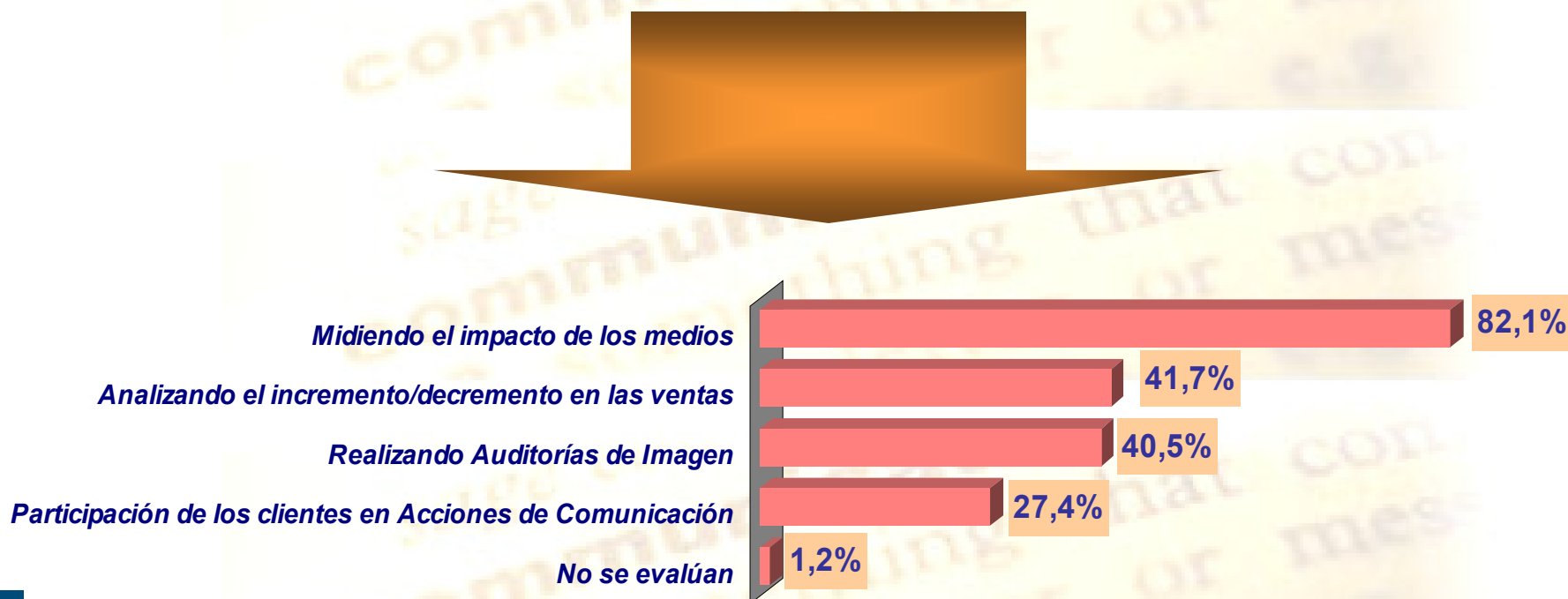
COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

**Objetivos de las empresas para los planes de comunicación
TOP 5**

	AÑO 2000	AÑO 2004
1º	Incremento del conocimiento de marca	Mejora de la Reputación Corporativa
2º	Mejora de la Reputación Corporativa	Incremento del conocimiento de marca
3º	Incremento de ventas	Impactos en medios de comunicación
4º	Impactos en medios de comunicación	Incremento fidelidad de los clientes
5º	Incremento fidelidad de los clientes	Aumento de nuevos clientes

Sistemas utilizados para evaluar los resultados de las campañas de comunicación

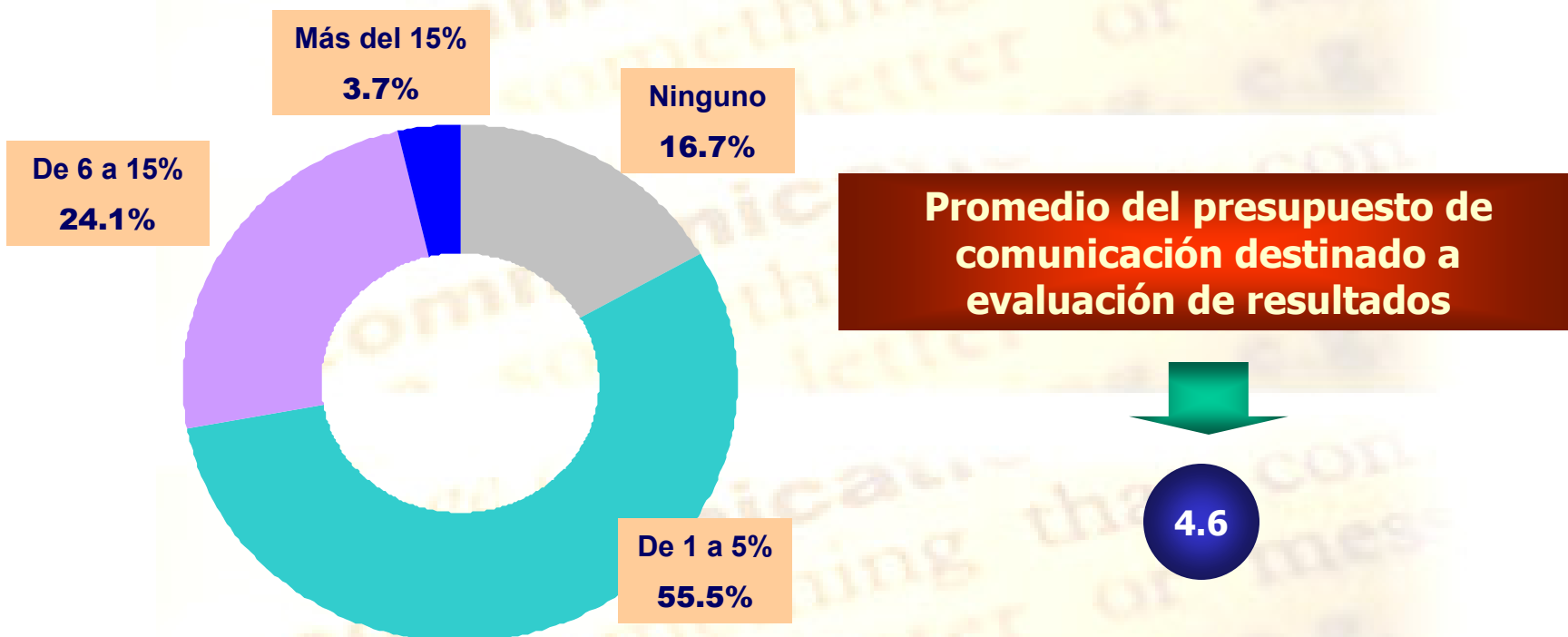
% de empresas



Base: Total empresas

Porcentaje del presupuesto de comunicación destinado a evaluación de resultados

% de empresas

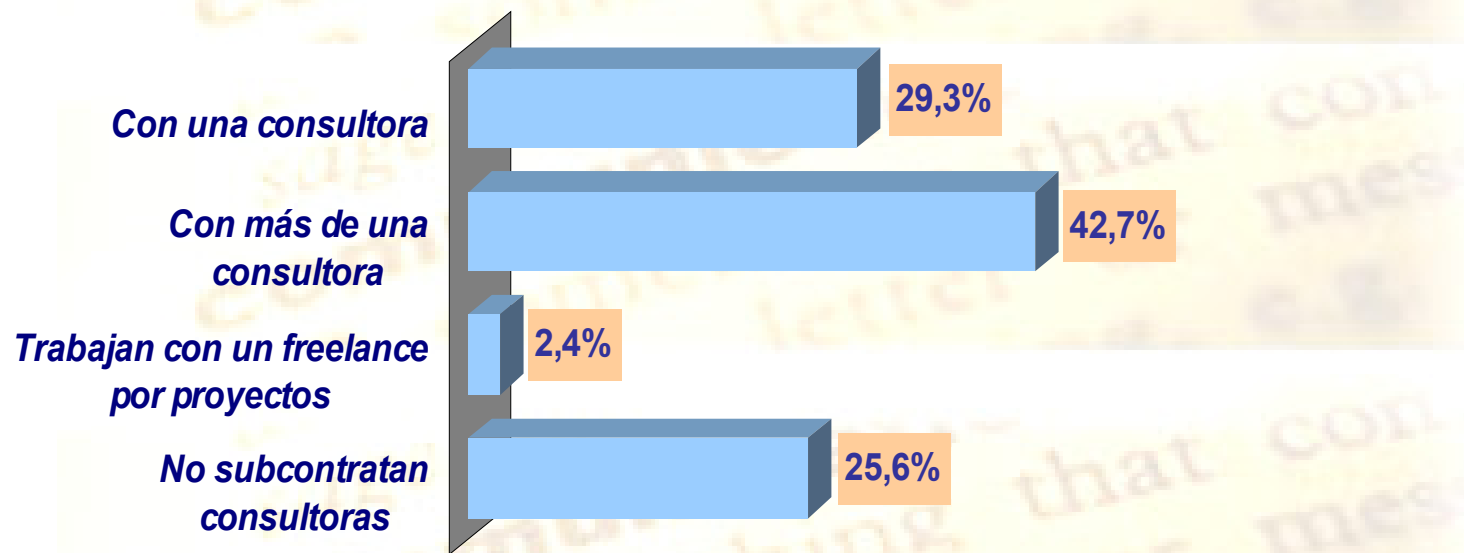


Base: Total empresas

***II RELACIÓN EMPRESAS
CONTRATANTES CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN/RP***

Consultoras con las que trabajan las empresas al mismo tiempo

% de empresas

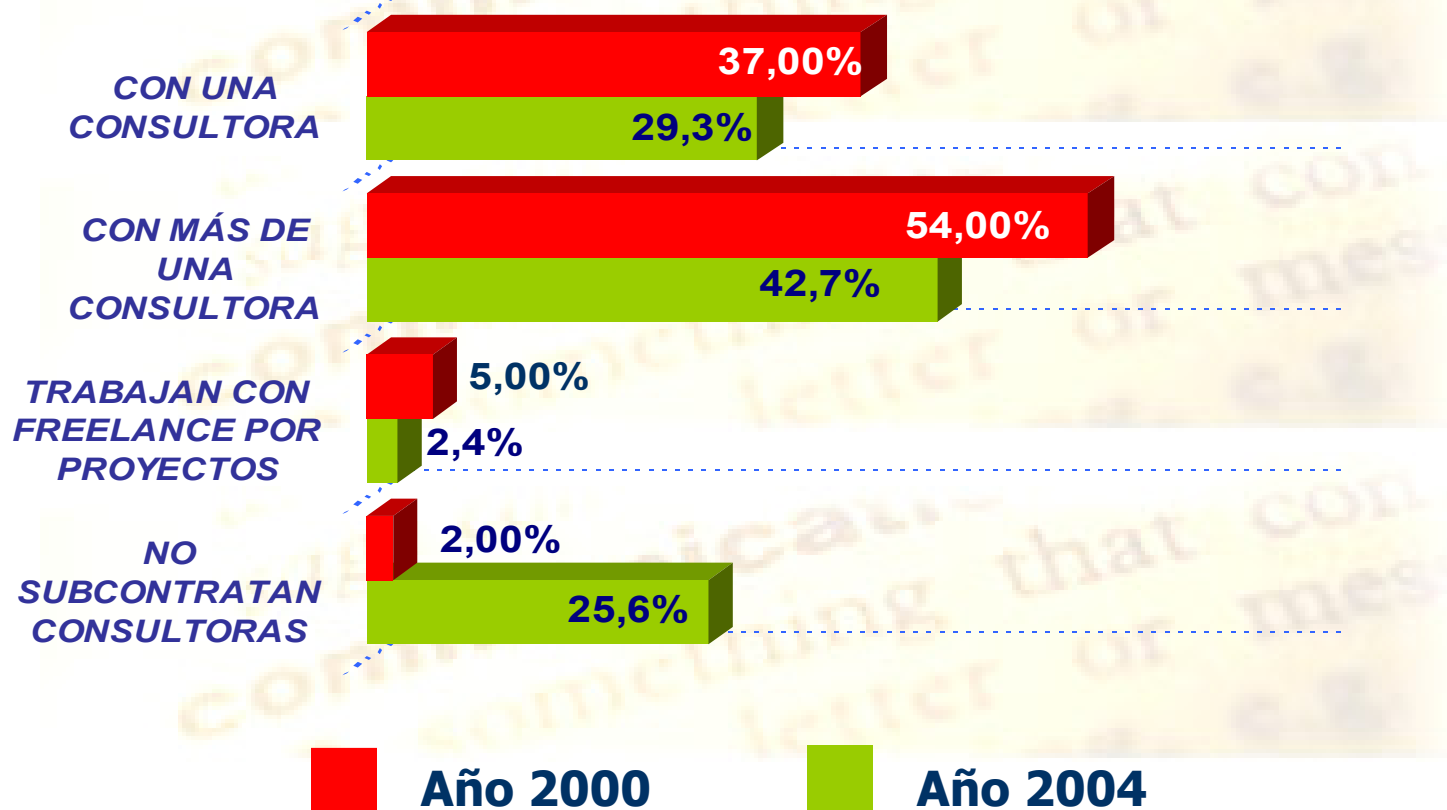


Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

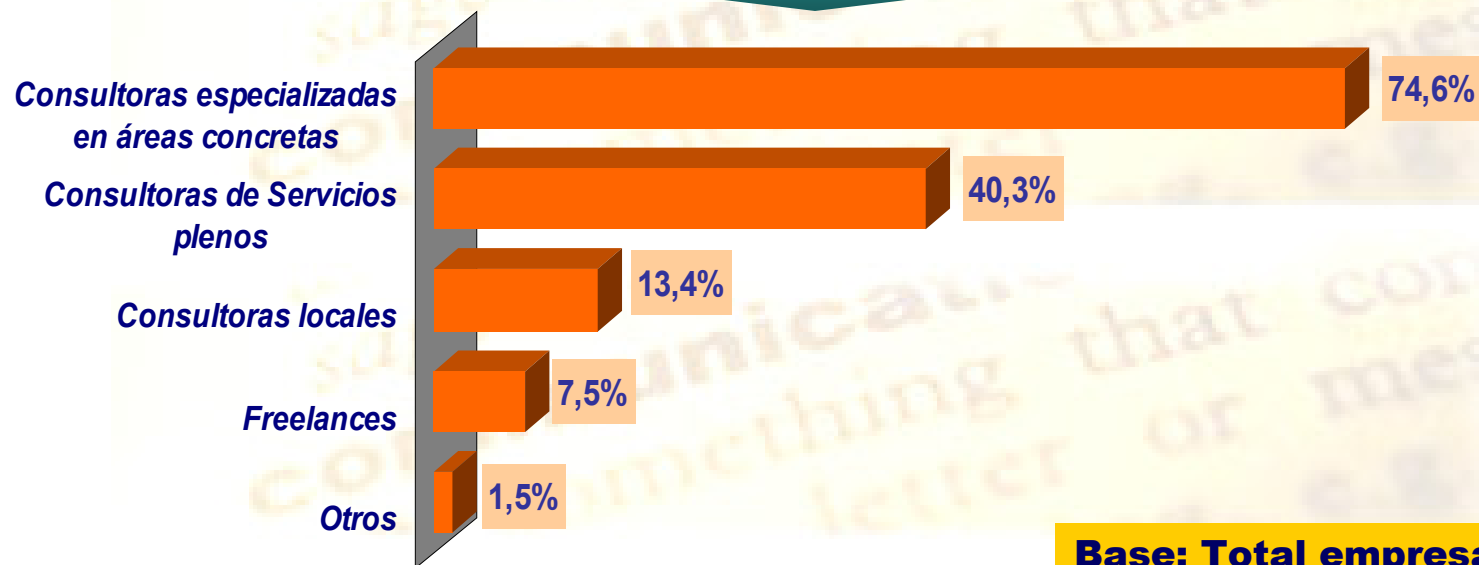
Consultoras con las que trabajan las empresas al mismo tiempo

% de empresas



Tipo de consultoras con las que trabajan las empresas Respuesta múltiple

% de empresas

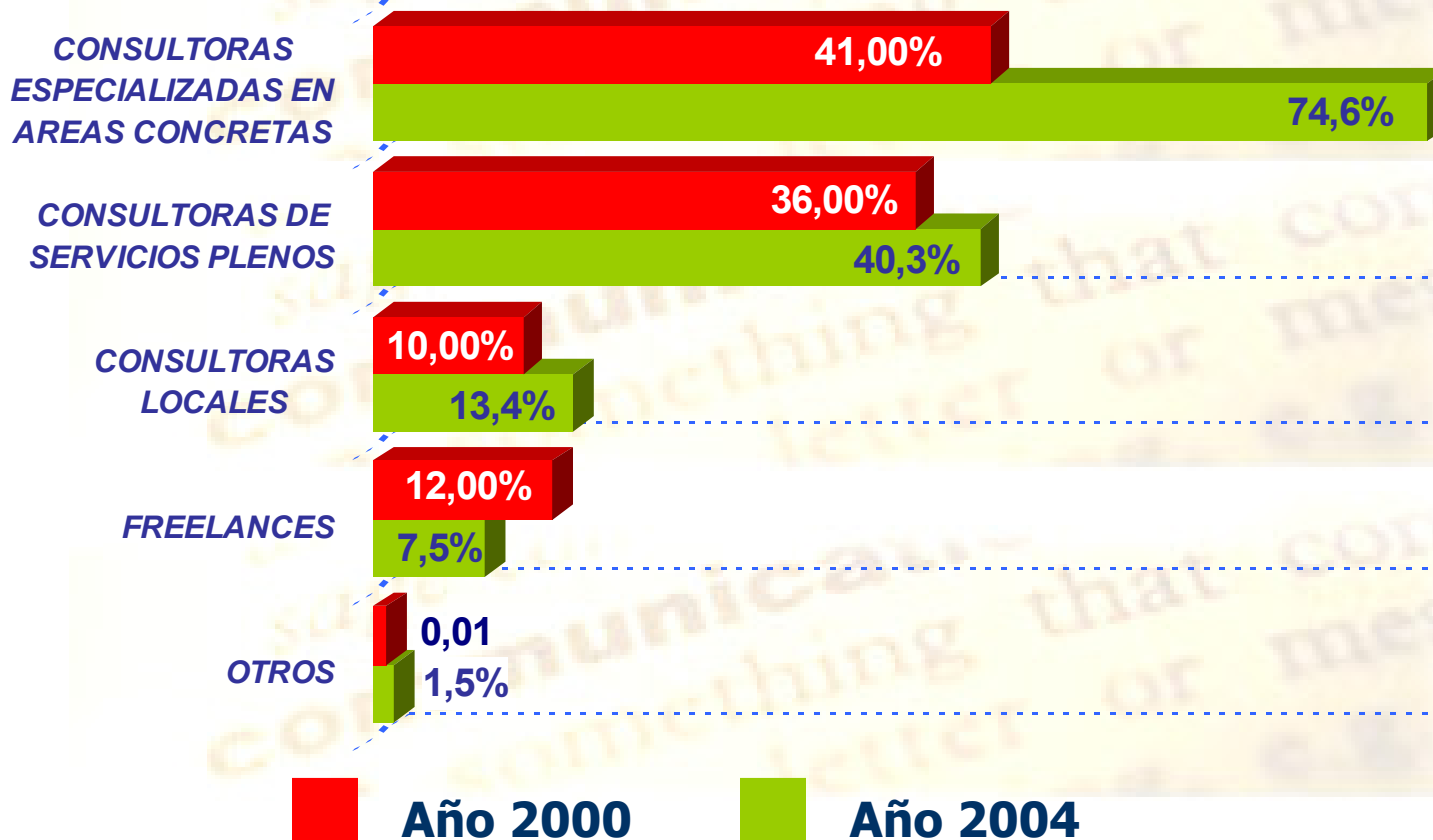


Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

Tipo de consultoras con las que trabajan las empresas

% empresas



Criterios de las empresas para contratar consultoras

% de empresas



Base: Total empresas

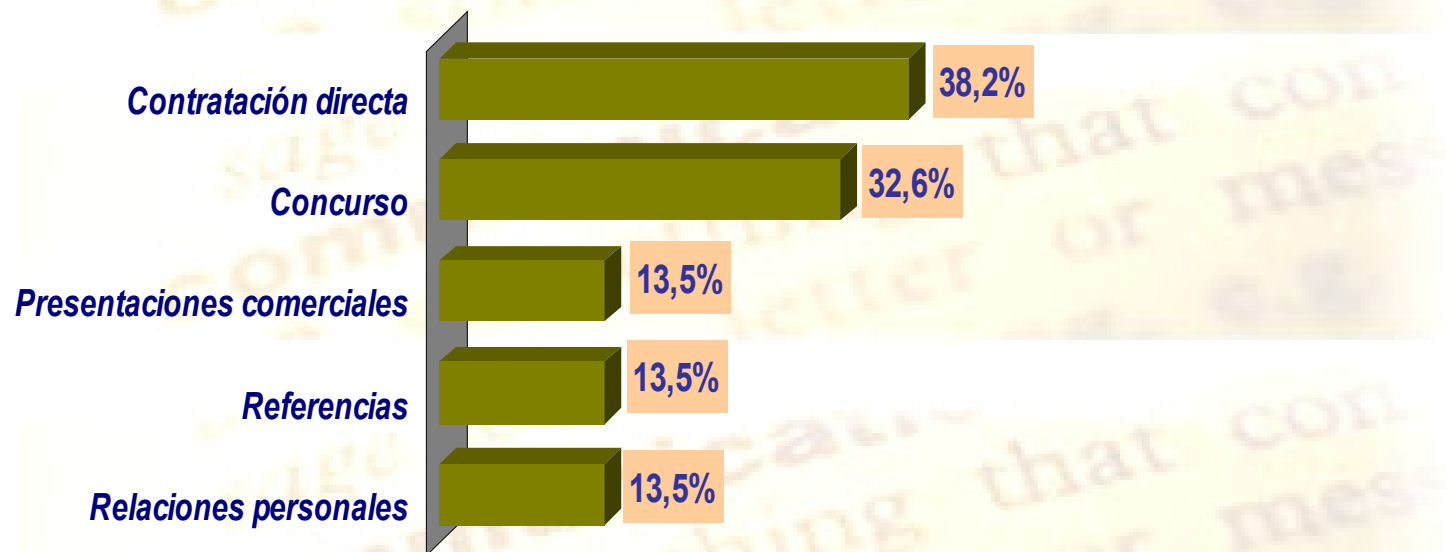
COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000

Criterios de las empresas para contratar consultoras TOP 5

	AÑO 2000	AÑO 2004
1º	Calidad del equipo de trabajo	Calidad del equipo de trabajo
2º	Creatividad	Conocimiento sector/especialización
3º	Servicio al cliente	Servicio al cliente
4º	Misma consultora realiza la publicidad	Compañía de reconocido prestigio
5º	Conocimiento sector/especialización	Creatividad

Métodos que siguen las empresas para contratar a las consultoras de comunicación/RP

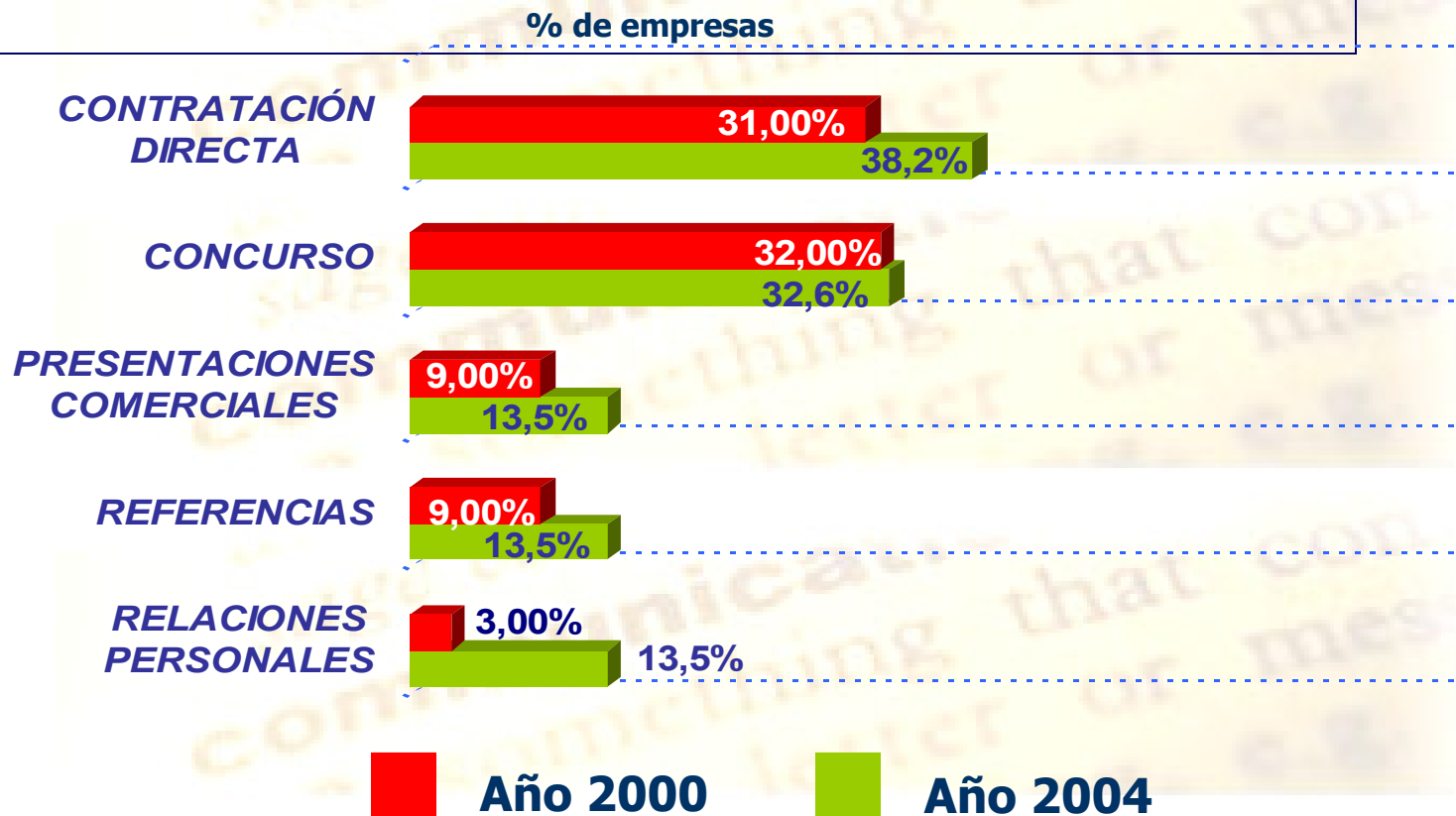
% de empresas



Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

Métodos que siguen las empresas para contratar a las consultoras de comunicación/RP



Departamento que contrata a la consultora de comunicación/RP

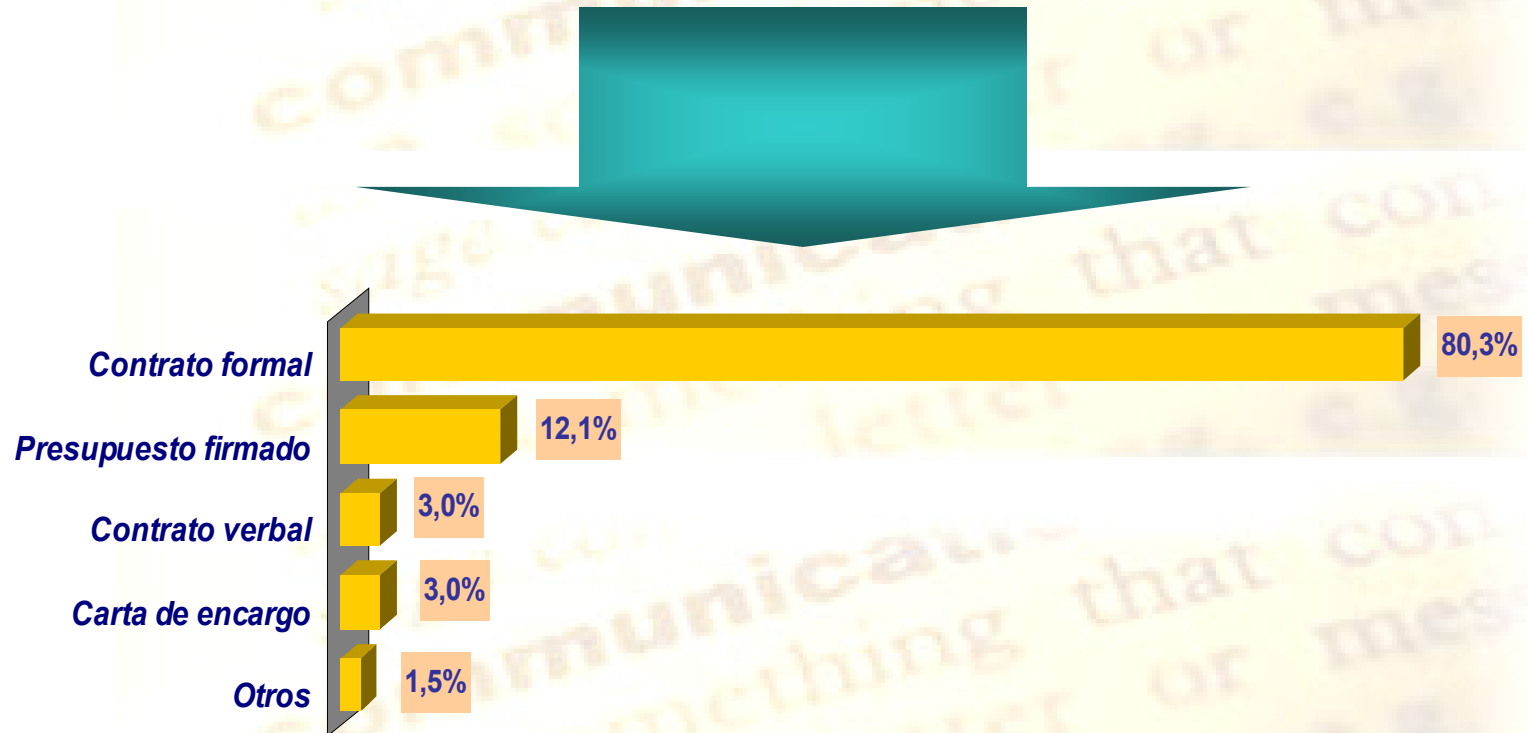
% de empresas



Base: Total empresas

Relación contractual empresas-consultoras de comunicación/RP

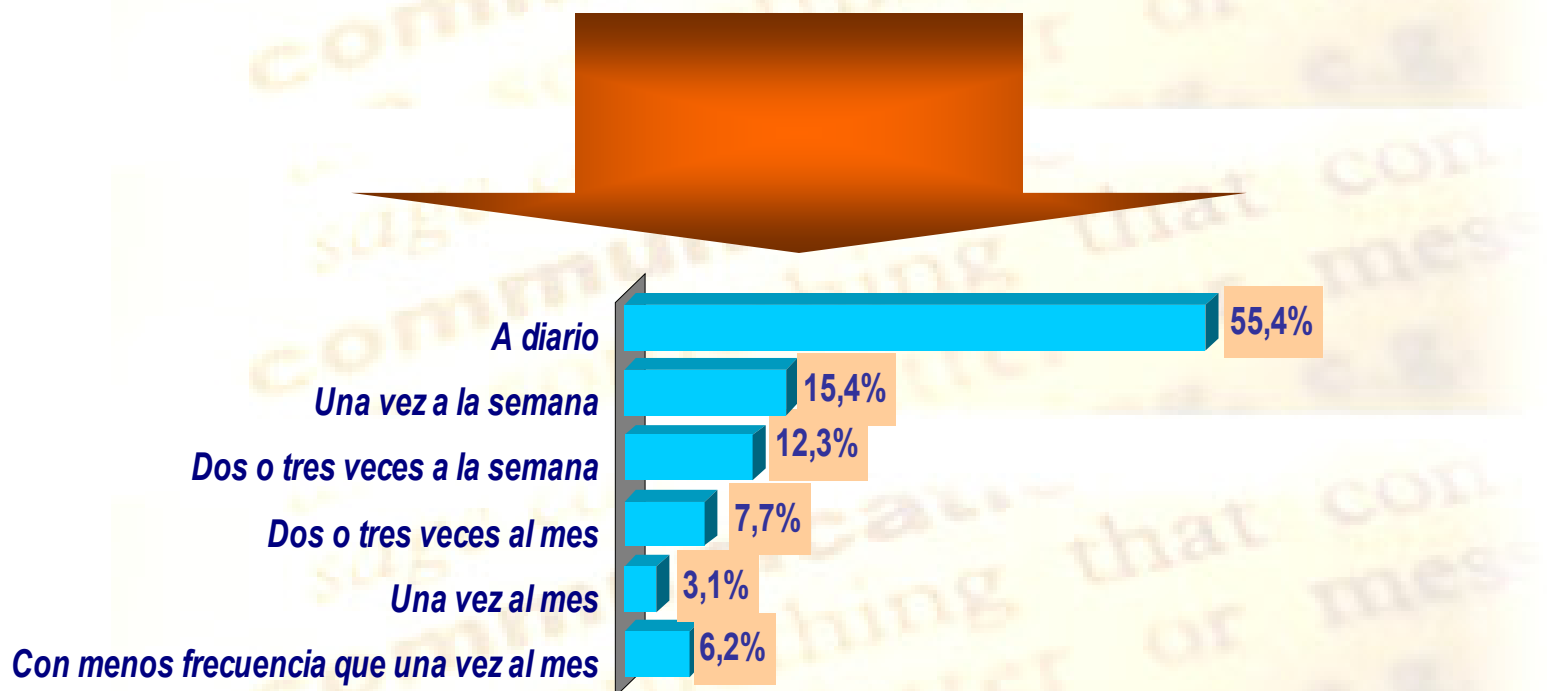
% de empresas



Base: Total empresas

Frecuencia con la que contactan las empresas con las consultoras de comunicación/RP

% de empresas

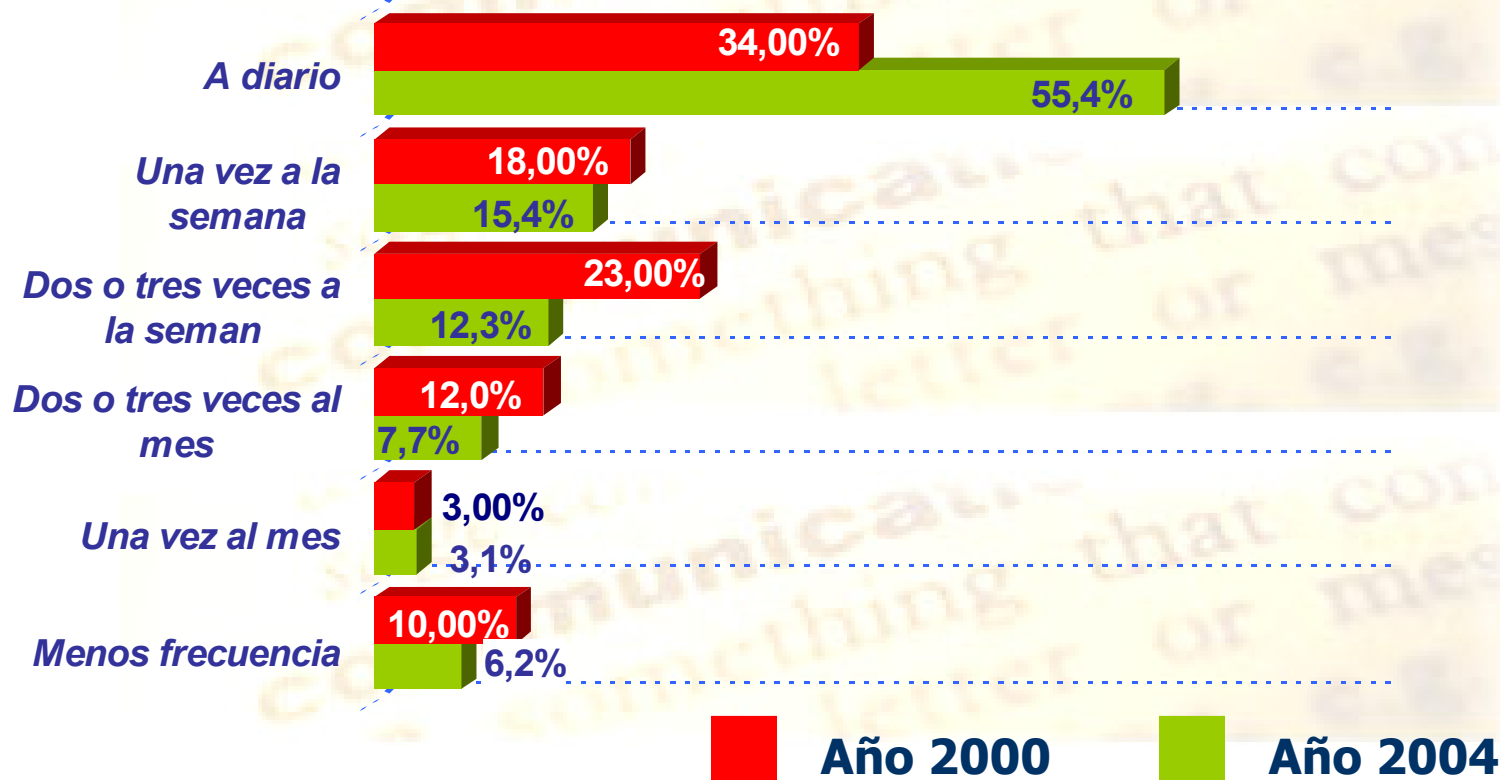


Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

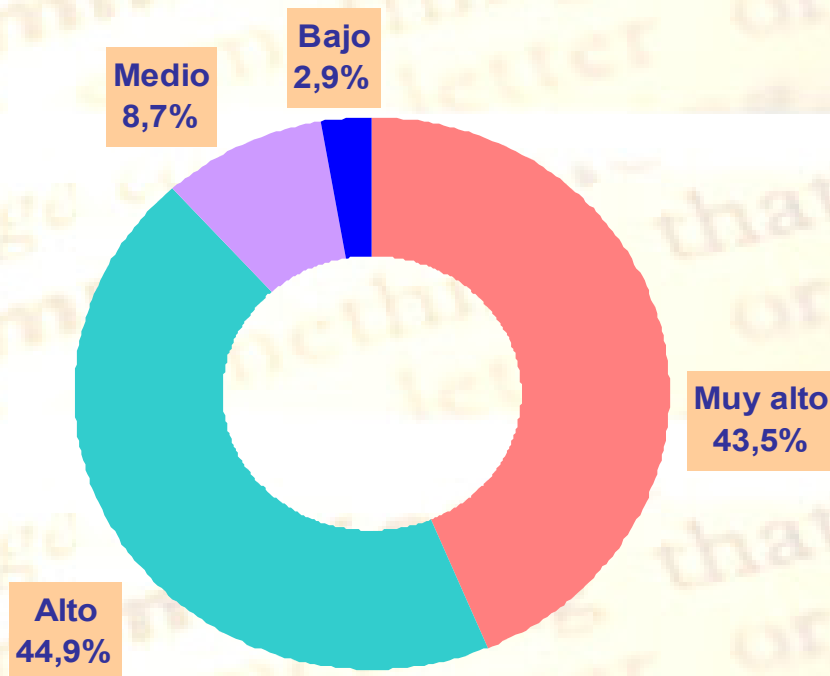
Frecuencia con la que contactan las empresas con las consultoras de comunicación/RP

% de empresas



Grado de compromiso de las consultoras de comunicación/RP con las empresas

% de empresas

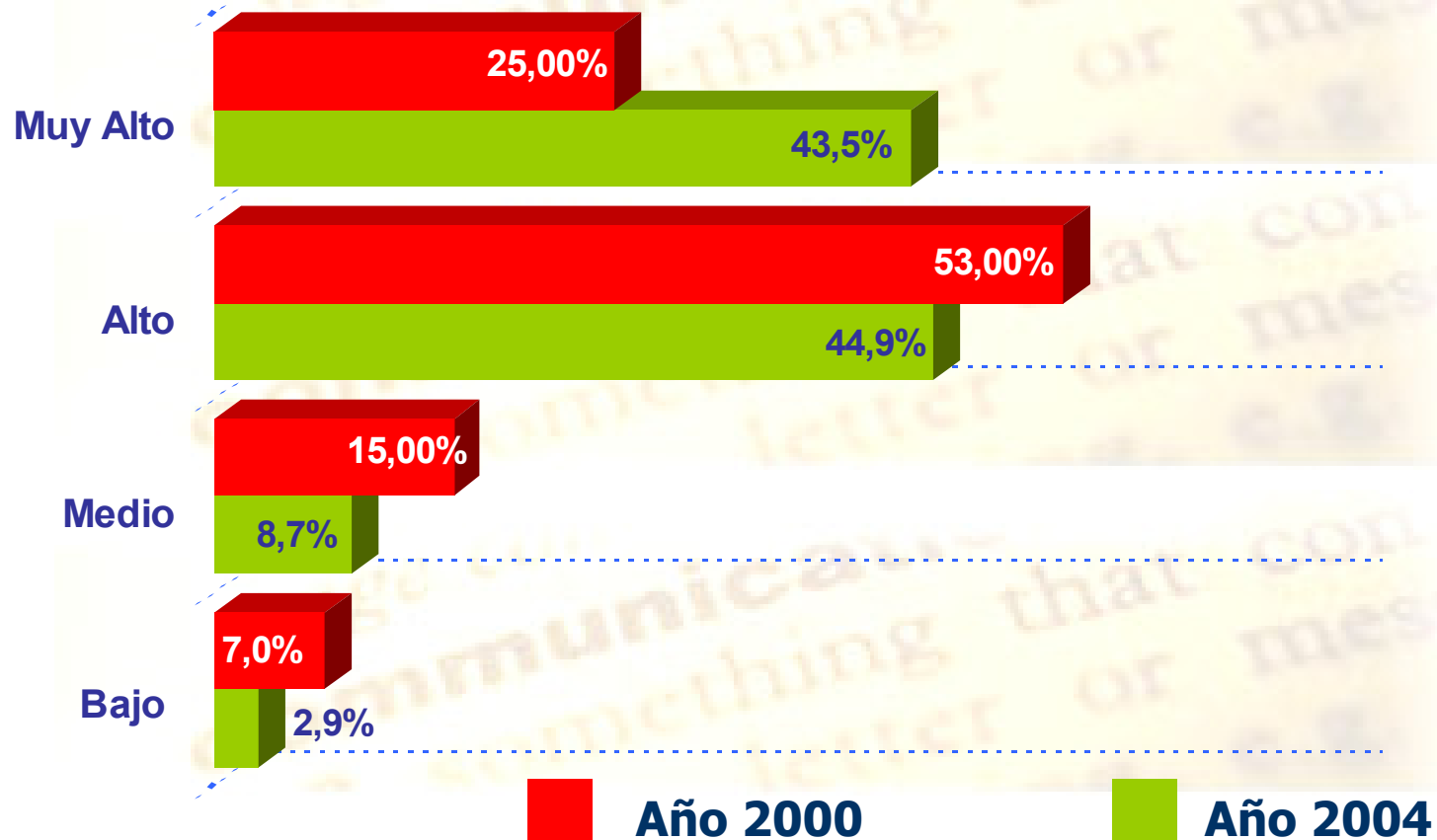


Base: Total empresas

COMPARATIVA RESULTADOS AÑO 2000/2004

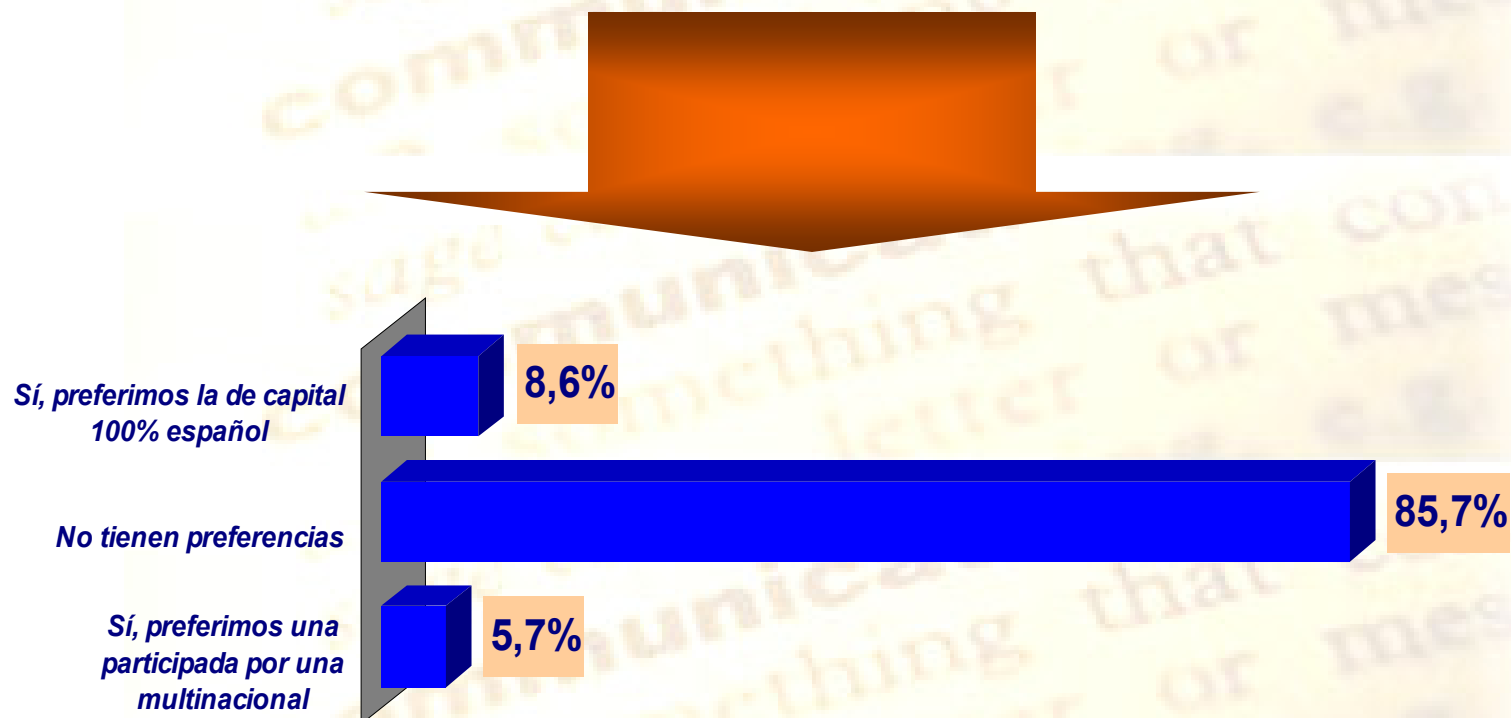
Grado de compromiso de las consultoras de comunicación/RP con las empresas

% de empresas



Preferencias de las empresas por consultoras de comunicación/RP participadas por una multinacional o por capital español

% de empresas



Base: Total empresas

Motivos de las empresas para cambiar de consultoras

% de empresas

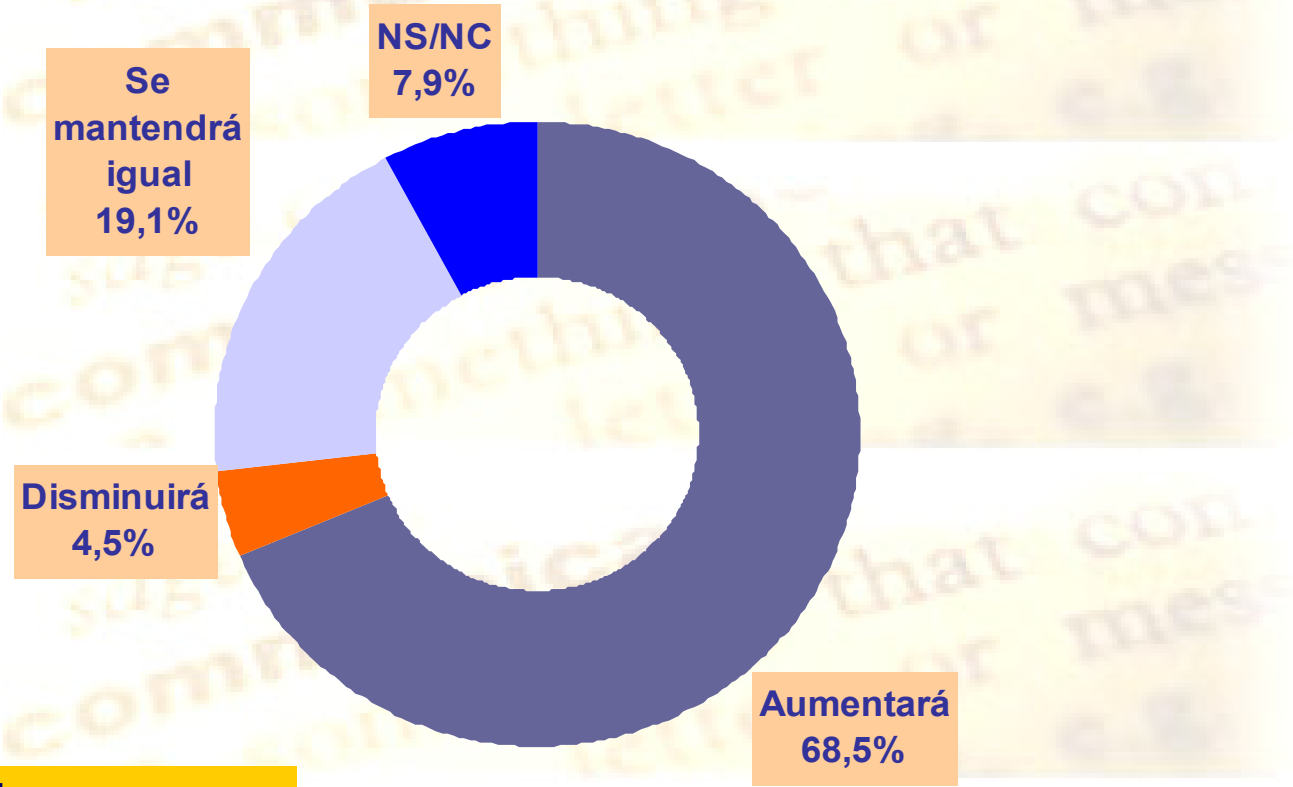


Base: Total empresas

*III EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS
RELACIONES PÚBLICAS*

Futuro del sector de la comunicación y las relaciones públicas

% de empresas



Base: Total empresas

Factores que tienen mayor incidencia en el aumento del sector de la comunicación y las relaciones públicas

% de empresas



Base: Empresas que opinan que el sector de la comunicación y las relaciones públicas aumentará en el futuro (68.5% del total)

Tendencias futuras del sector

Respuesta múltiple



Base: Total empresas