

Negocio



ESTUDIO DE COMUNICACIÓN

**LA COMUNICACIÓN INTERNA
EN LAS COMPAÑÍAS COTIZADAS
VISTA POR SUS TRABAJADORES**

Estudio conjunto

Octubre de 2009

ESTUDIO DE COMUNICACIÓN

Compañía líder en Comunicación empresarial en España, fue fundada en 1983. Integrada por 115 profesionales, la Firma ha trabajado a lo largo de estos años para más de 1.500 clientes, tanto empresas como instituciones. Además de en España, tiene despachos en Argentina, Portugal y Chile. La Firma está igualmente presente en Alemania, Bélgica, Brasil, Colombia, Costa Rica, EEUU, Francia, Gran Bretaña, Italia, Marruecos, México, Perú y Uruguay. Presta servicios integrales de Comunicación Corporativa e Institucional: Comunicación de Crisis, Comunicación Interna, Relación con Inversores, Relaciones Públicas, Relaciones con los Medios, Comunicación Financiera e Identidad Corporativa, entre otros.

Una de las especialidades de ESTUDIO DE COMUNICACIÓN es la Comunicación Financiera. A lo largo de 26 años son numerosas las operaciones de fusiones y adquisiciones, salidas a Bolsa, ofertas públicas de adquisición de acciones, etcétera en las que la Firma ha colaborado. Sólo en 2008, en España, participó en más de cuarenta operaciones corporativas con un valor superior a 180.000 millones de euros. Entre ellas destacan: veintidós procesos de fusiones y adquisiciones empresariales (M&A) –por valor superior a 76.500 millones de euros-, tres salidas a Bolsa –que alcanzan los 40.000 millones de euros- y tres OPAS –cuyo montante asciende a 60.000 millones de euros-.

NEGOCIO

El periódico NEGOCIO, líder de Información económica y de Ocio, está integrado por un gran equipo de profesionales que trabaja diariamente con el objetivo de ofrecer un periódico interesante, innovador, útil, ágil, joven, accesible, independiente y coherente, en conexión con su público.

NEGOCIO se puede definir como:

- El primer periódico con distribución selectiva y personalizada por suscripción gratuita.
- Líderes en Difusión.
- Edición Impresa en formato PDF, accesible desde las 6.00 horas en: www.neg-ocio.com.
- Es un periódico que se distingue por sus informaciones exclusivas.
- Análisis y opinión con firmas de acreditado prestigio.
- Un periódico actual e independiente.

DE CONTENIDOS

1. Principales conclusiones.

2. Antecedentes.

3. Datos técnicos:

- A. Introducción.
- B. Detalles de forma.
- C. Sociedades representadas.
- D. Estadística obtenida.
- E. Pregunta de corte.

4. Análisis.

- A. Objetivos de la Comunicación Interna según los trabajadores.
- B. Lo que quieren conocer los trabajadores de su empresa.
- C. Comité de Empresa e información preferente.
- D. Gestión de la información por parte del Comité.
- E. Comunicación Interna planificada o no.
- F. Importancia de los aspectos que conforman la Comunicación Interna.
- G. Vías de Comunicación Interna de una empresa y preferencias de los trabajadores.
- H. Libertad de expresión dentro de una empresa.
- I. ¿Debe ser el comité de empresa el que transmita a los directivos las inquietudes de los trabajadores o es mejor que éstos tengan vías directas?
- J. Crisis y Comunicación Interna.
- K. Mensajes corporativos en tiempo de crisis.
- L. Quién comunica y quién cree que debería comunicar internamente en la empresa
- M. Participación accionarial de los empleados (además de familiares y amigos) en sus empresas.

5.- Anexo 1: Comentarios no tabulados.

6.- Anexo 2: Resumen tabulación.

DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- ¿Qué cree que busca la empresa cuando se comunica con sus trabajadores?

Gráfico 2.- ¿Qué prefieren conocer de su empresa los trabajadores?

Gráfico 3.- Comparativa información recibida/demandada.

Gráfico 4.- ¿Cree que los miembros del Comité de Empresa deben tener información preferente con respecto al resto de trabajadores?

Gráfico 5.- Gestión por parte del Comité de Empresa de la información que posee.

Gráfico 6.- ¿Está planificada la Comunicación Interna de su empresa?

Gráfico 7.- Importancia de los distintos aspectos de la Comunicación Interna (valor 0 a 5).

Gráfico 8.- ¿Qué vías utiliza su empresa para comunicarse con usted y cuáles le parecen de mayor utilidad?

Gráfico 9.- En su empresa, ¿puede opinar libremente sobre lo que afecta?

Gráfico 10.- Herramientas para que los trabajadores expresen sus opiniones en la empresa.

Gráfico 11.- ¿Quién debe transmitir a los directivos las inquietudes de los trabajadores?

Gráfico 12.- ¿Se cuida más la Comunicación Interna?

Gráfico 13.- ¿Ha observado si hay mayor o menor cantidad de acciones de Comunicación Interna?

Gráfico 14.- ¿Ha recibido alguno de los siguientes mensajes últimamente?

Gráfico 15.- ¿Qué departamento gestiona la Comunicación Interna en su empresa y quién debería gestionarlo?

Gráfico 16.- ¿Tiene acciones de su empresa?

Gráfico 17.- ¿Recomendaría comprarlas?

1.- Principales conclusiones

EN RESUMEN

- Un 92 por ciento de los entrevistados sienten que su empresa se comunica con ellos más allá de darles instrucciones y órdenes laborales.
- Según los trabajadores, informar de la marcha de la empresa, con un 44,3 por ciento de las respuestas, es el objetivo que persigue la empresa con su política de Comunicación Interna.
- Tan sólo un 6,9 por ciento creen que la empresa les pide opinión o tiene en cuenta sus puntos de vista.
- Casi el 59 por ciento de los trabajadores esperan de la Comunicación de su empresa que les cuenten cómo va la compañía y cómo ven los directivos el futuro.
- El 38,8 por ciento de los entrevistados cree que el Comité de Empresa no debería tener información preferente con respecto al resto de trabajadores. El 32,2 por ciento de los entrevistados cree que sólo “a veces” dicho Comité gestiona correctamente la información que posee.
- Casi el 70 por ciento de los entrevistados cree que la Comunicación Interna de su empresa está planificada y no surge de manera espontánea.
- Casi un 75 por ciento de los trabajadores de cotizadas cree que puede expresar su opinión libremente dentro de su empresa.
- Tan sólo un 1,9 por ciento de los trabajadores consideran hoy el “tablón de anuncios” como un soporte válido para recibir información.
- Los trabajadores opinan que el buzón de sugerencias, con un 37,2 por ciento de las respuestas, es la herramienta más común en su empresa para hacer llegar sus mensajes a sus superiores.

- La comunicación interpersonal (reuniones y transmisión directa por parte de un superior) es la preferida por el 22,2 por ciento de quienes respondieron a las preguntas y sólo es utilizada por las empresas para un 18 por ciento de los entrevistados.
- Un 56,7 por ciento de los entrevistados cree que una combinación entre Comité de Empresa y comunicación directa del trabajador con sus superiores es la mejor opción cuando surge un problema laboral.
- Casi el 60 por ciento de los trabajadores consultados creen que su empresa no ha variado la Comunicación con la crisis, que informa igual que lo hacía antes.
- “**Hay que reducir gastos**”, con un 37,1 por ciento de las respuestas, es el mensaje que más veces han escuchado los trabajadores dentro de su empresa en los últimos meses.

TENDENCIAS

- Es superior el interés por conocer la marcha de la empresa y la valoración de las opiniones del trabajador que el grado de información que se recibe en estos aspectos.
- Los trabajadores consideran que de todas las vías que su empresa tiene para comunicarse con ellos, la Intranet es la de mayor utilidad.
- La comunicación interpersonal (bien mediante reuniones o mediante la interlocución con los superiores) es una de las más valoradas por los trabajadores.
- De todas las variantes de Comunicación Interna (ascendente, descendente y transversal) los entrevistados consideran de mayor interés, aunque por poca diferencia, la descendente.
- La Dirección de Comunicación es percibida como el departamento idóneo para gestionar la Comunicación Interna de una empresa.

2.- Antecedentes

Una breve incursión en la historia de la empresa contemporánea pone sobre el tapete que la Comunicación Interna ha pasado, en los últimos sesenta años, por dos etapas: oscurantismo y propagandismo. La primera se caracterizaba por que la información, al ser considerada “poder”, debía restringirse a los altos o altísimos directivos y sólo había que “comunicar” órdenes; la segunda etapa era la de la confianza ciega en la empresa y la de una comunicación paternalista y propagandística. El único nexo de estos dos estilos, que se sucedieron en el tiempo, era el sentido de la Comunicación: vertical y exclusivamente descendente.

Nuevas necesidades, principalmente la de tener información de retorno fiable sobre cómo perciben los trabajadores determinados asuntos expuestos por la dirección, fueron dando lugar a los estilos de Comunicación Interna multi-direccional que se practican actualmente en las empresas más importantes y que se planifican desde muchos Departamentos de Comunicación.

Actualmente, cada vez se extiende más un nuevo modelo de gestión estratégica de las empresas, en el que la Comunicación es parte imprescindible y con el mismo nivel que el departamento Financiero, el Comercial, etcétera.

Si se siguen los criterios de quienes aplican estas técnicas de gestión, la Comunicación Interna, usada como elemento estratégico, define los flujos horizontal y transversal, ayuda a equilibrar los verticales (ascendente y descendente), transmite ordenadamente la información generada, crea orgullo de pertenencia y consolida la unidad de acción. Ayuda a “crear empresa”, por tanto, y a proyectar una imagen externa en línea con los criterios tácticos generales.

En este contexto, el presente análisis se concibió para averiguar si los trabajadores de las principales compañías españolas se sienten bien informados por sus empresas y, por otro lado, cómo se entienden los distintos elementos de la relación empresa-trabajador que perciben dichos trabajadores.

La base del trabajo, como se verá más adelante, son las empresas del Ibex-35 y otras cotizadas del Mercado Continuo, por entender que dicho conjunto incluye a ese grupo citado de “las principales empresas españolas”. En cualquier caso, y por su necesidad de comunicar con transparencia -a los reguladores y al mercado- los datos económicos y los estratégicos esenciales, se entiende que han desarrollado también una política de Comunicación Interna en la misma línea de transparencia.

3.- Datos técnicos

A.- INTRODUCCIÓN.

Partiendo de la base de que la Comunicación Interna es un instrumento de gestión imprescindible, y no sólo para motivar a la plantilla, sino también para contribuir a proyectar una buena imagen externa, la idea es observar cómo perciben los trabajadores esta relación con su empresa.

Por tanto, el objetivo del presente estudio era comprobar si las principales empresas de nuestro país, las cotizadas tanto en el Ibex-35 como en el Mercado Continuo, tienen definida una política de Comunicación Interna, la están aplicando y si ésta es percibida por sus trabajadores, que, al fin y al cabo, son los principales públicos internos.

También, aunque en otro plano, qué papel juegan en la Comunicación Interna los comités de empresa y si los trabajadores que les eligen les atribuyen funciones de intermediarios en el proceso informativo.

B.- DETALLES DE FORMA.

Para realizar este análisis, se hicieron un total de **263 entrevistas** anónimas (entre julio y septiembre de 2009), tanto por teléfono como en persona. En todos los casos, a trabajadores de sociedades cotizadas, (Ibex y Mercado Continuo). En unas ocasiones, se localizó a los entrevistados mediante llamada previa a los departamentos de Comunicación de las sociedades; en otros casos, los consultores se desplazaron a las sedes corporativas de las compañías elegidas y solicitaron colaboración a trabajadores seleccionados al azar.

Las entrevistadores comenzaban por una pregunta “de corte” y sólo continuaban la conversación si no obtenían una respuesta negativa. Dicha pregunta es relativa a su percepción sobre si su empresa se comunica o no con ellos (véase punto E de esta sección).

De las 263 entrevistas citadas, sólo 18 respondieron negativamente. Las 245 restantes completaron la entrevista. Por tanto los **datos se deben interpretar sobre 245 entrevistas a trabajadores de empresas cotizadas.**

Al tratarse de un análisis de percepciones, muchas de las preguntas eran abiertas y/o de opinión. Los consultores que realizaban las entrevistas asimilaban después las respuestas de opinión a expresiones que las resumiesen y pudieran ser tabuladas.

3.- Datos técnicos

C.- SOCIEDADES REPRESENTADAS.

Para la realización de este estudio se estableció contacto con las 35 empresas que cotizan en el índice de referencia español, el Ibex-35, y con varias elegidas aleatoriamente del Mercado Continuo.

Las empresas cuyos trabajadores accedieron a colaborar en este trabajo fueron:

IBEX-35

-Abengoa.	-Iberia.
-Abertis.	-Inditex.
-Acciona.	-Indra.
-Acerinox.	-Mapfre.
-Arcelor Mittal.	-OHL.
-Banco Popular.	-Red Eléctrica Española.
-Banco Sabadell.	-Repsol YPF.
-Banco Santander.	-Sacyr Vallehermoso.
-Banesto.	-Técnicas Reunidas.
-Bankinter.	-Telefónica.
-BBVA.	MERCADO CONTINUO
-BME.	-Adolfo Domínguez.
-Cintra.	-Amper.
-Criteria.	-Banco Pastor.
-Enagás.	-Codere.
-Endesa.	-Metrovacesa.
-Gamesa.	-NH Hoteles.
-Gas Natural.	-Prosegur.
-Iberdrola Renovables.	-Tecnocom.
-Iberdrola	-Vueling.

D.- ESTADÍSTICA OBTENIDA.

Para disponer de datos genéricos del estudio, el formulario de cada entrevista se encabezaba con un recuadro en el que eran anotados dos aspectos: sexo del entrevistado y tipo de puesto de trabajo que ocupaba dentro de la empresa en el momento de ser entrevistado.

Los resultados generales obtenidos son los que se reflejan en las tablas números 1 y 2.

Tabla 1: SEXO

	Total	%
Hombre	130	49,4
Mujer	133	50,6
	263	100

Tabla 2: PUESTO DE TRABAJO

	Total	%
Técnico	92	35,0
Administrativo	62	23,6
Gestión	64	24,3
Producción	33	12,5
Auxiliar	6	2,3
Otros	6	2,3
	263	100

3.- Datos técnicos

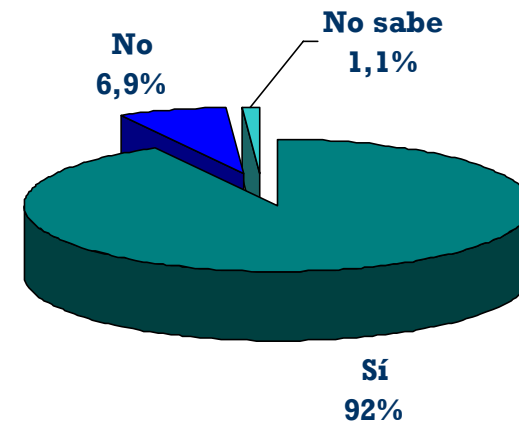
E.- PREGUNTA DE CORTE.

Como se ha explicado, una vez que los trabajadores a los que se pedía colaboración accedía a responder, se planteaba la siguiente pregunta “de corte”:

“¿Considera que su empresa se comunica (habla, informa...) habitualmente con (a...) sus trabajadores, más allá de órdenes e instrucciones laborales?”

La entrevista se continuaba para los que decían **SÍ** y para los que manifestaban no estar seguros, entendiendo que probablemente sí existía en su caso Comunicación Interna aunque no se supiera identificar. Es decir, para el 93,1 por ciento de los trabajadores preguntados.

En el gráfico se expresa la respuesta afirmativa del **92 por ciento** de los entrevistados, pero también un porcentaje de respuestas, un 6,9 por ciento, de quienes creen que su empresa no se comunica con ellos, lo que debe tenerse muy en cuenta al tratarse de sociedades cotizadas.

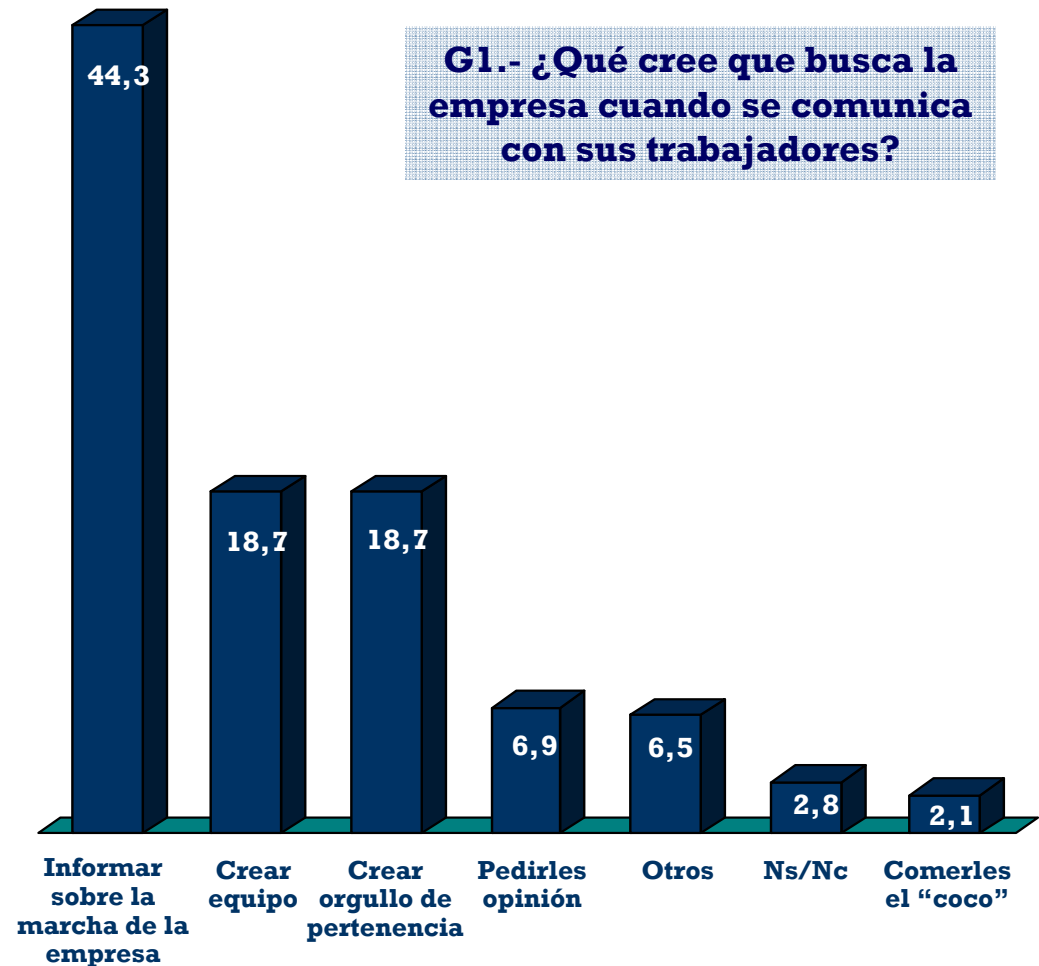


4.- Análisis

A.- OBEJTIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA SEGÚN LOS TRABAJADORES.

En este punto, se pretendía saber qué intención, en el criterio de los entrevistados, tienen las empresas para destinar recursos y tiempo a mantenerles informados.

El **44,3 por ciento** de las respuestas apreciaron que la empresa, con su política de Comunicación Interna, persigue informales sobre la marcha de la compañía. Crear equipo y crear orgullo de pertenencia son las siguientes respuestas más repetidas, ambas con un **18,7 por ciento**. Por otro lado, y anecdóticamente, sólo unas pocas respuestas se apuntaron a la idea que con la Comunicación Interna se pretende “comer el coco a los trabajadores” (el 2,1 por ciento). El estilo propagandista de la Comunicación Interna, en otras palabras (véase Cap. 1, Antecedentes), parece reducido a la mínima expresión.



(Pregunta abierta. Cifras en tantos por ciento)

4.- Análisis

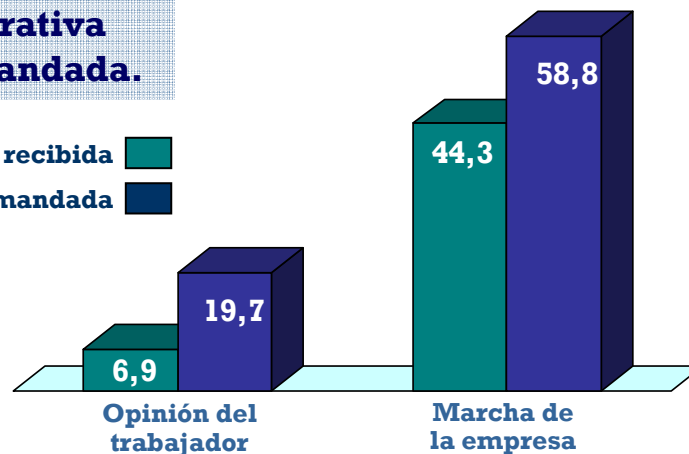
B.- LO QUÉ QUIEREN CONOCER LOS TRABAJADORES DE SU EMPRESA.

Una vez conocida la percepción de los trabajadores respecto a los motivos que tiene su empresa para comunicarse con ellos, se preguntó sobre qué aspectos de la compañía están más interesados en conocer. Con un **58,8 por ciento** de las respuestas, los trabajadores se inclinan por saber cómo va la empresa, en qué proyectos está involucrada, qué previsiones de futuro tiene, qué clientes tiene en cartera y cuáles espera tener, etcétera.

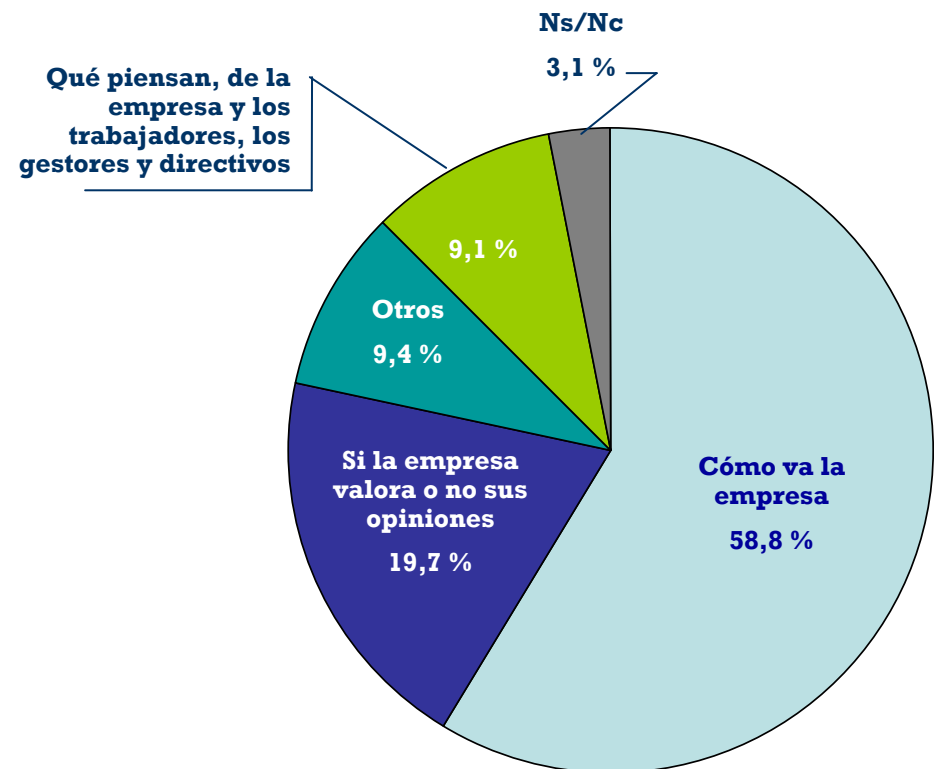
El contraste, siempre en opinión de los trabajadores, entre la pregunta anterior (sobre qué informa la empresa) y ésta (sobre qué quiere que le informen) está en dos aspectos: la marcha de la empresa y la valoración de las opiniones del trabajador. Ahí se observa que es más lo que los empleados de las cotizadas desean saber (58,8 y 17,7 por ciento respectivamente) que la información que reciben (44,3 y 6,9 por ciento).

G3.- Comparativa recibida/demandada.

Información recibida ■
 Información demandada ■



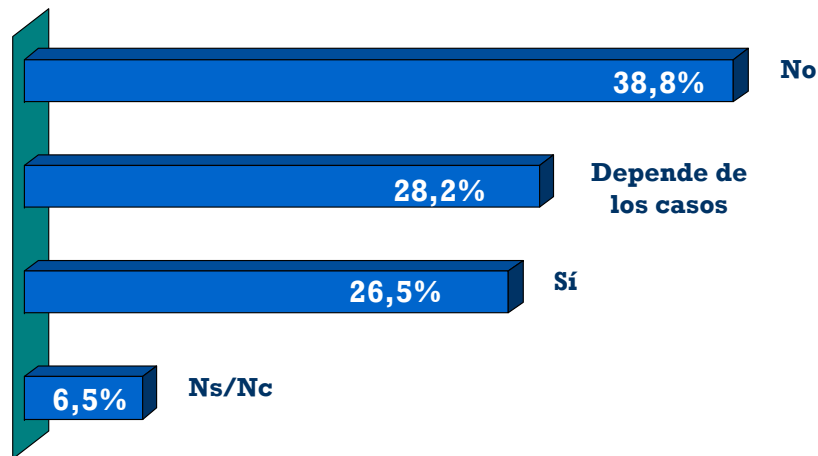
G2.- ¿Qué prefieren conocer de su empresa los trabajadores?



(Preguntas abiertas. Cifras en tantos por ciento)

4.- Análisis

G4.- ¿Cree que los miembros del Comité de Empresa deben tener información preferente con respecto al resto de trabajadores?



C.- COMITÉ DE EMPRESA E INFORMACIÓN PREFERENTE.

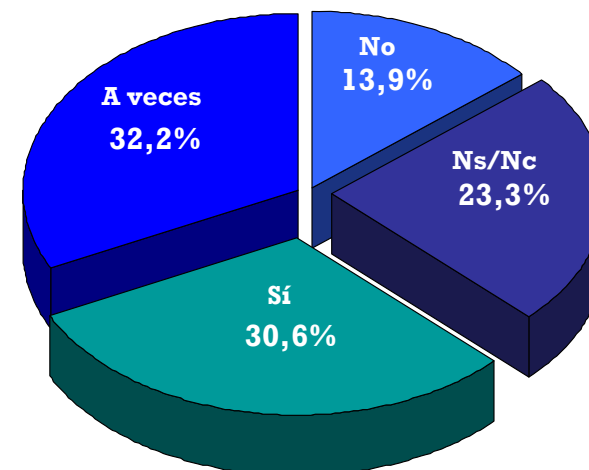
Un **38,8 por ciento** de los entrevistados creen que no debe haber información preferente para los miembros del Comité de Empresa. Queda también registrado un 28,2 por ciento de las respuestas, agrupadas en la entrada “depende de los casos”, cuya esencia se puede resumir en una de las respuestas obtenidas: “Deben tener la información necesaria para realizar su trabajo, pero no necesariamente ésta tiene que ser información preferente”. Los trabajadores, por tanto, demandan mayoritariamente tener la misma información que tiene el Comité de Empresa.

D.- GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ.

Un **32,2 por ciento** de los entrevistados manifiesta que sólo a veces el Comité de Empresa gestiona correctamente la información empresarial que posee. El **30,6 por ciento** aprueba esta gestión y un **13,9 por ciento** se muestra disconforme con cómo sus representantes sindicales manejan esta información.

Quizás deba tenerse en cuenta que un **23,3 por ciento** de los entrevistados no sabe si el Comité maneja correctamente la información que tiene o no. Algunas respuestas apuntaban en el sentido de desconocer la información que reciben los representantes de los trabajadores, lo cual se puede considerar un defecto en el proceso de Comunicación del Comité de Empresa, pero también de la compañía.

G5.- Gestión por parte del Comité de Empresa de la información que posee.

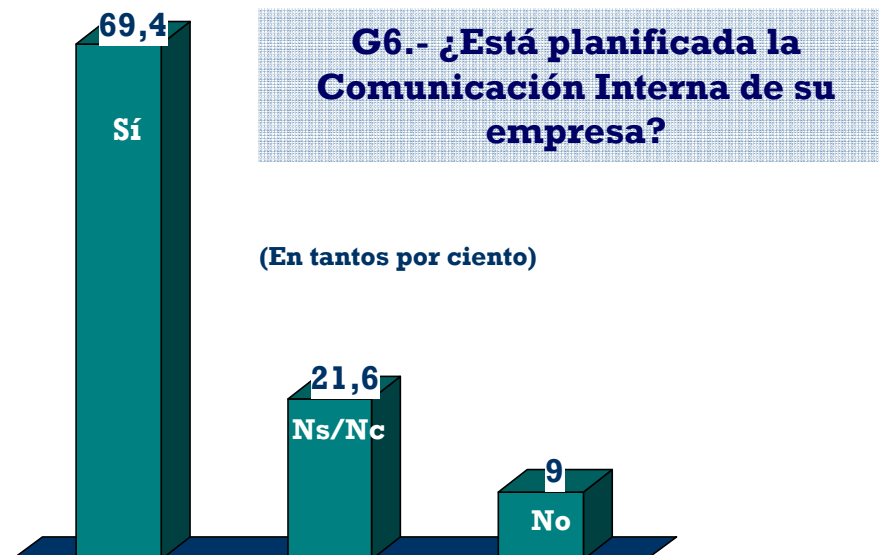


4.- Análisis

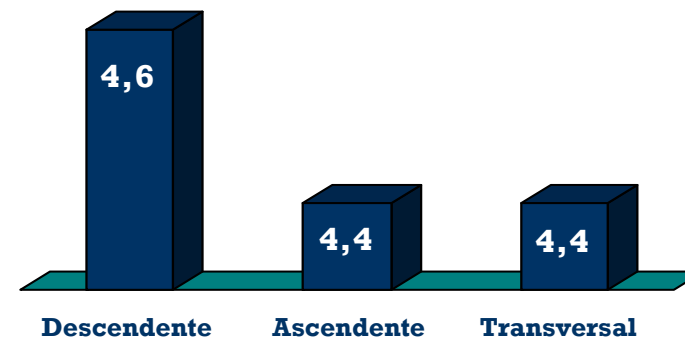
E.- COMUNICACIÓN INTERNA PLANIFICADA O NO.

El **69,4 por ciento** de los trabajadores entrevistados considera que su empresa tiene definido un plan de Comunicación Interna o, en su defecto, tiene un Plan de Comunicación con una parte dedicada a la Interna. Este porcentaje desvela que los trabajadores entrevistados perciben que no sólo la empresa se preocupa por comunicarse con ellos, sino que además consideran que la Comunicación Interna de su compañía no surge de manera espontánea, sino que está previamente planificada.

Quizás la llamada de atención está en que casi una cuarta parte de los entrevistados, un **21,6 por ciento**, afirman no saber o no conocer si su empresa tiene definida y/o planificada su Comunicación Interna.



G7.- Importancia de los distintos aspectos de la Comunicación Interna (valor 0 a 5).

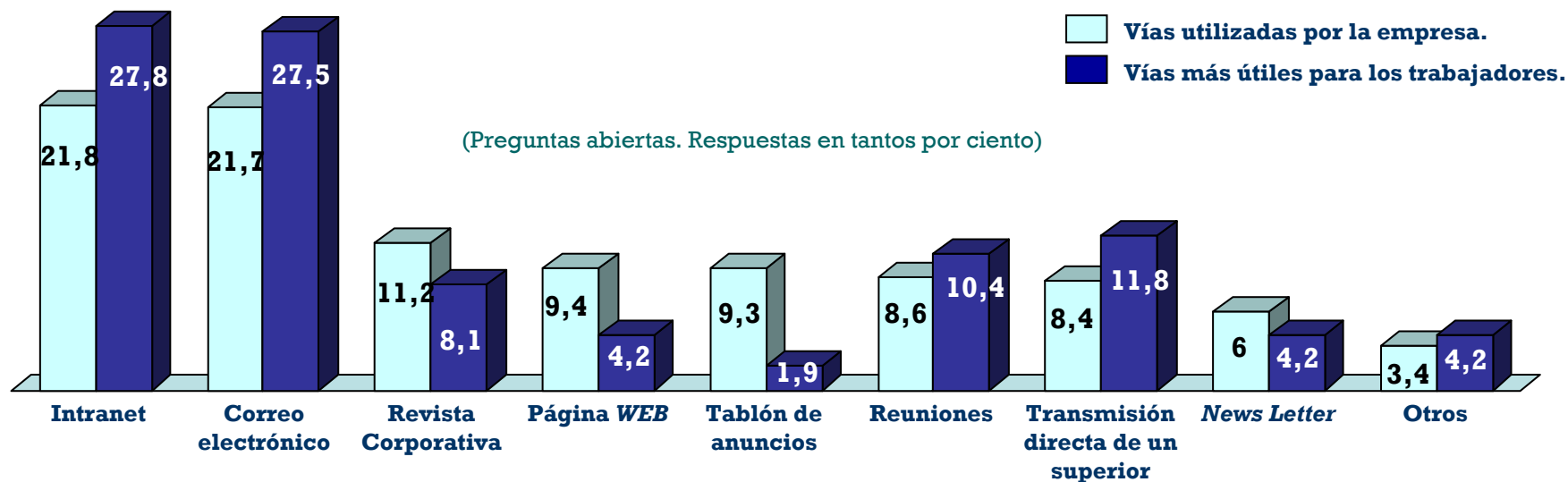


F.- IMPORTANCIA DE LOS ASPECTOS QUE CONFORMAN LA COMUNICACIÓN INTERNA.

Con una nota **media de 4,6** sobre 5, los entrevistados consideran que la Comunicación descendente es lo más importante dentro de una empresa. La Comunicación transversal y la ascendente fueron puntuadas con notas ligeramente inferiores a la descendente (ambas **4,4**, con unas centésimas de diferencia a favor de la ascendente).

Confirma esto el interés mostrado en las primeras preguntas por la marcha de la empresa, en primer lugar, y por lo que los trabajadores quieren comunicar hacia arriba, en segundo.

G8.- ¿Qué vías utiliza su empresa para comunicarse con usted y cuáles le parecen de mayor utilidad?



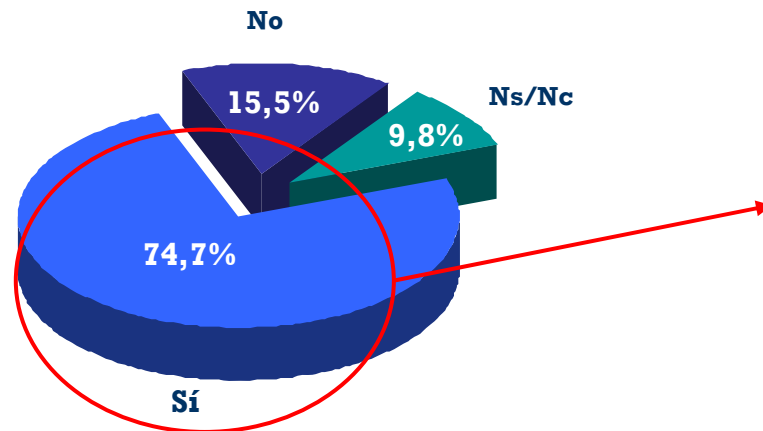
G.- VÍAS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA Y PREFERENCIAS DE LOS TRAJADORES.

Intranet y correo electrónico, por este orden, son las vías más utilizadas por las compañías en sus procesos de Comunicación Interna y, a la vez, las consideradas de mayor utilidad por los trabajadores entrevistados (**utilización: 21,8 y 21,7** por ciento; **preferencia: 27,8 y 27,5** por ciento; respectivamente en ambos casos). En tercer lugar de las preferencias está la comunicación interpersonal (**22,2 por ciento**), que sólo es utilizada para un 18 por ciento de quienes respondieron a las preguntas.

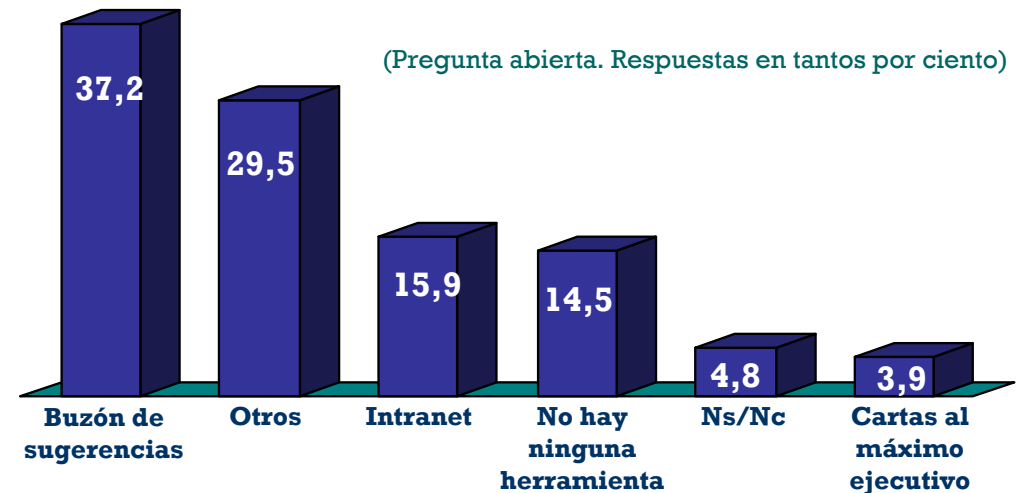
En resumen, la comparativa muestra que Intranet, correo electrónico, reuniones y transmisión directa de un superior (Comunicación en cascada), son aspectos que los entrevistados consideran más útiles que utilizados. Mientras que la revista corporativa, el *Web site*, el tablón de anuncios y las *News Letter* son soportes más utilizados por la empresa que útiles en el criterio de los trabajadores.

4.- Análisis

G9.- En su empresa, ¿puede opinar libremente sobre lo que afecta?



G10.- Herramientas para que los trabajadores expresen sus opiniones en la empresa.



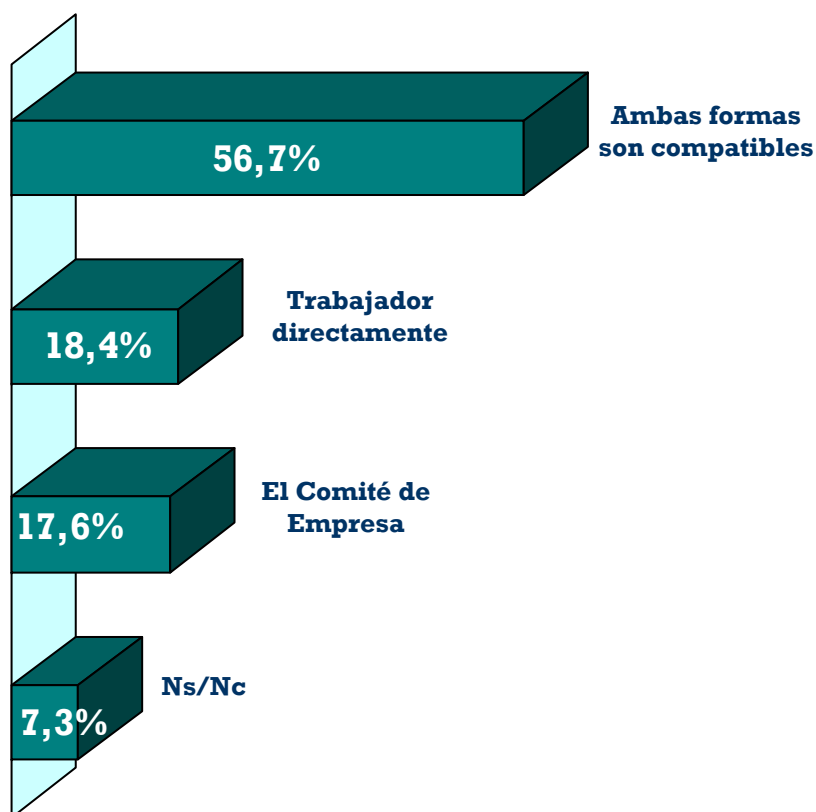
H.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN DENTRO DE UNA EMPRESA.

Casi tres cuartas partes de los trabajadores entrevistados, un **74,7 por ciento**, consideran que pueden expresarse libremente en su compañía sobre aquéllos temas que les afectan o afectan al conjunto de la empresa.

A este 74,7 por ciento de los trabajadores (183 casos) se les preguntó a continuación si estaba sistematizado el proceso de Comunicación ascendente en su compañía mediante alguna herramienta definida para tal efecto. El buzón de sugerencias, con un **37,2 por ciento** de las respuestas, fue identificado como el instrumento más común para hacer llegar sus comentarios a sus superiores. Un aspecto a valorar es que un **14,5 por ciento** de los entrevistados, aún considerando que en su empresa se puede opinar libremente, no perciben que este proceso esté sistematizado.

4.- Análisis

G11.- ¿Quién debe transmitir a los directivos las inquietudes de los trabajadores?



I.- ¿DEBE SER EL COMITÉ DE EMPRESA EL QUE TRANSMITA A LOS DIRECTIVOS LAS INQUIETUDES DE LOS TRABAJADORES O ES MEJOR QUE ÉSTOS TENGAN VÍAS DIRECTAS?

Conviene, en primer lugar, poner de manifiesto un matiz: hasta este punto, las preguntas sobre Comunicación ascendente se referían a las opiniones de los trabajadores; en este caso el interés es por sus inquietudes. Y la pregunta versó sobre si éstas deben gestionarse mediante una transmisión directa trabajador-superiores o si deben mediar los representantes sindicales.

Un **56,7 por ciento** de los entrevistados señaló que una combinación de Comité de Empresa e interlocución directa del trabajador con su superior sería el sistema más adecuado.

Para quienes se decantan por una sola vía, un **18,4 por ciento** cree que debería ser el trabajador quien transmitiera directamente sus inquietudes a sus superiores, mientras que un **17,6 por ciento** (apenas un punto menos), cree que el intermediario debería ser el Comité de Empresa de la compañía.

¿Ha afectado la crisis a la Comunicación Interna?

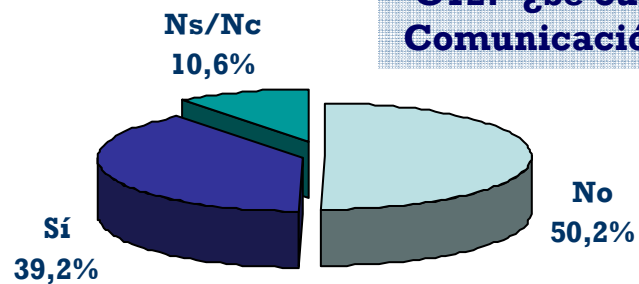
J.- CRISIS Y COMUNICACIÓN INTERNA.

Preguntados los trabajadores sobre si creen que la crisis ha afectado o está afectando a la Comunicación Interna de su empresa, la mitad de los entrevistados (**50,2 por ciento**) cree que las empresas no están prestando un mayor cuidado a las comunicaciones que se dirigen a sus trabajadores.

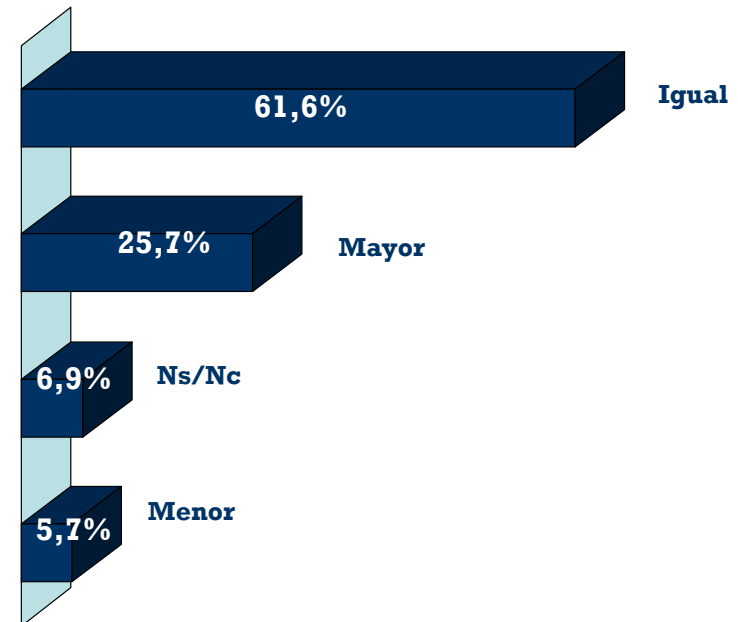
Cuestionados estos trabajadores sobre si las acciones de comunicación habían disminuido, aumentado o no habían variado con respecto a antes del estallido de la crisis, un **61,6 por ciento** de los entrevistados cree que no ha habido diferencias con respecto a antes de que se produjera esta coyuntura económica.

El resumen es que los trabajadores perciben que las compañías no han variado, en general, ni el número de acciones ni la calidad en su Comunicación Interna en tiempos de crisis.

G12.- ¿Se cuida más la Comunicación Interna?



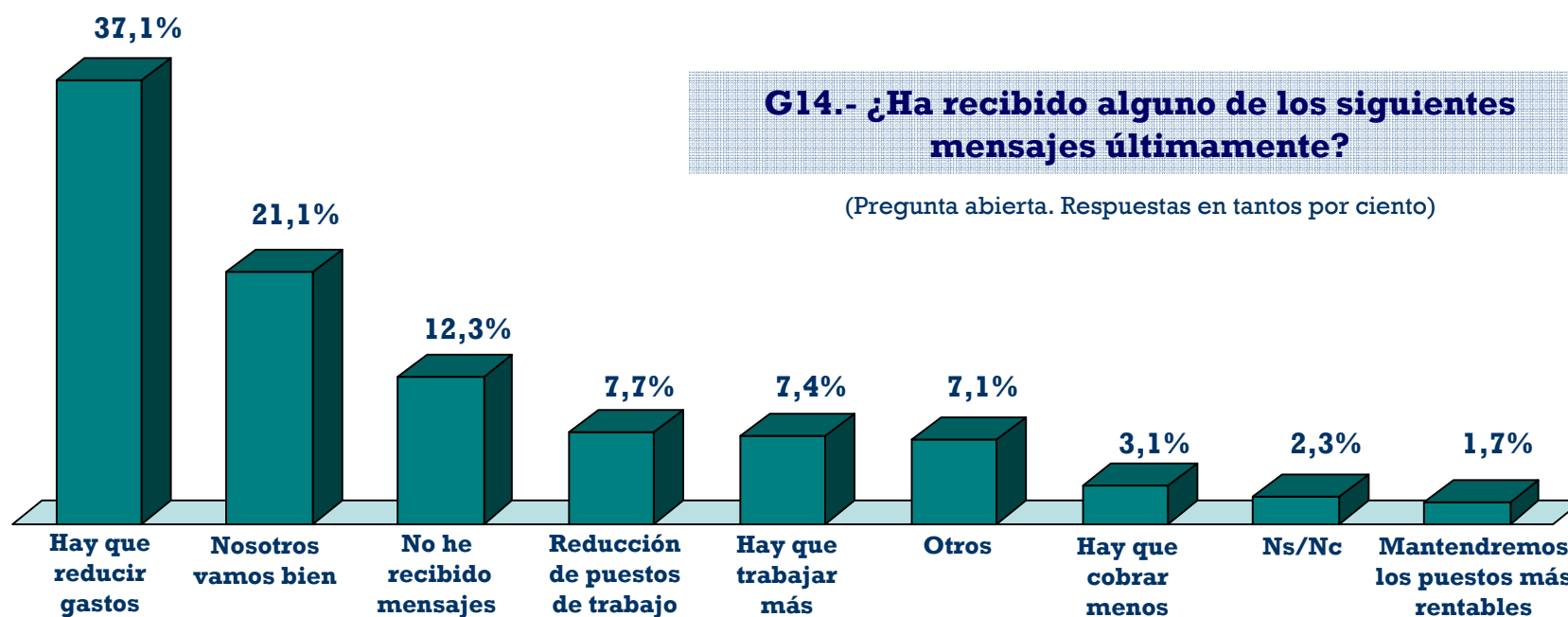
G13.- ¿Ha observado si hay mayor o menor cantidad de acciones de Comunicación Interna?



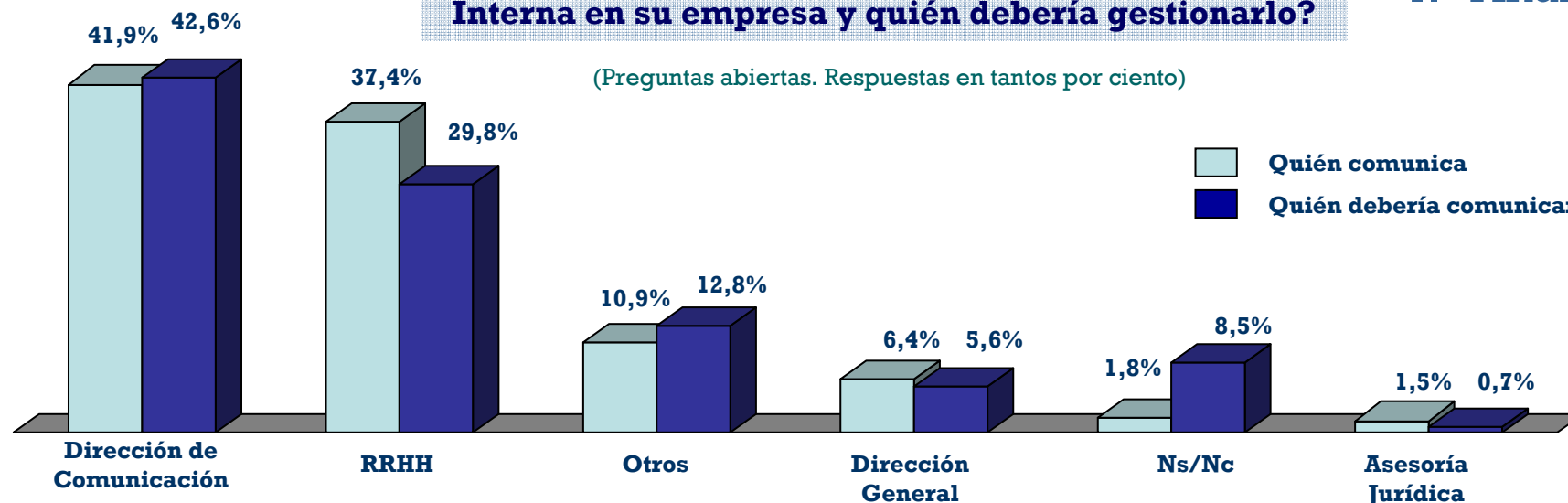
K.- MENSAJES CORPORATIVOS EN TIEMPOS DE CRISIS.

No se ha variado, según se desprende de lo dicho anteriormente, ni la cantidad ni la calidad en los procesos de Comunicación Interna. Pero ¿qué mensaje se repite más en estos tiempos económicamente convulsos? Según los trabajadores, el más escuchado, con un **37,1 por ciento** de las respuestas, es “hay que reducir gastos”. Las compañías se están ajustando el cinturón y se lo transmiten a sus empleados, pero también les dan mensajes de ánimo, ya que con un **21,1 por ciento**, el segundo mensaje más difundido es “de momento, nosotros vamos bien”.

Valórense estas respuestas en el contexto de las empresas sobre las que se ha hecho el análisis, en las que la incidencia de los ERE ha sido menor que en las no cotizadas.



G15.- ¿Qué departamento gestiona la Comunicación Interna en su empresa y quién debería gestionarlo?



L.- QUIÉN COMUNICA Y QUIÉN CREE QUE DEBERÍA COMUNICAR INTERNAMENTE EN LA EMPRESA.

A la hora de averiguar qué departamento dentro de la empresa era considerado por los trabajadores como el gestor prioritario de los procesos de Comunicación Interna, el **41,9 por ciento** de las respuestas, los trabajadores entrevistados identifican que el departamento encargado de la Comunicación Interna de su empresa es el Departamento de Comunicación, seguido por Recursos Humanos, con un **37,4 por ciento** de las respuestas. Sin embargo, preguntados a continuación sobre quién debería comunicar, se incrementa el porcentaje de quienes consideran que lo adecuado es la vía de la Dirección de Comunicación y disminuye el de quienes opinan que debe ser la dirección de RR. HH.

Ante esta pregunta, debe tenerse en cuenta una respuesta muy repetida que, a la hora de valorar los resultados, se ha tabulado como “otros”. Muchos de los entrevistados contestaron: “depende del asunto”. La idea que subyace es que, por ejemplo, si se trata de aspectos laborales, quien tiene que informarles es la Dirección de Recursos Humanos. Es decir: no está generalizada la idea de que la Comunicación cubre todo el proceso de llevar los mensajes a toda la organización, sin importar de qué departamento o estrato de la empresa procedan.

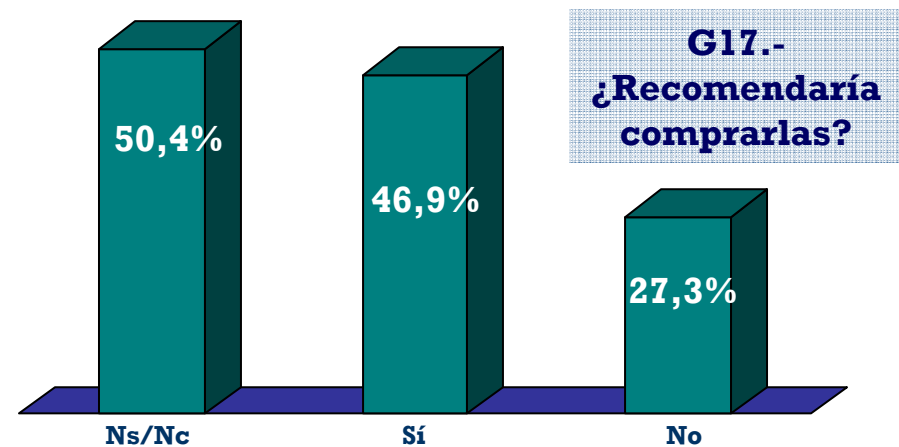
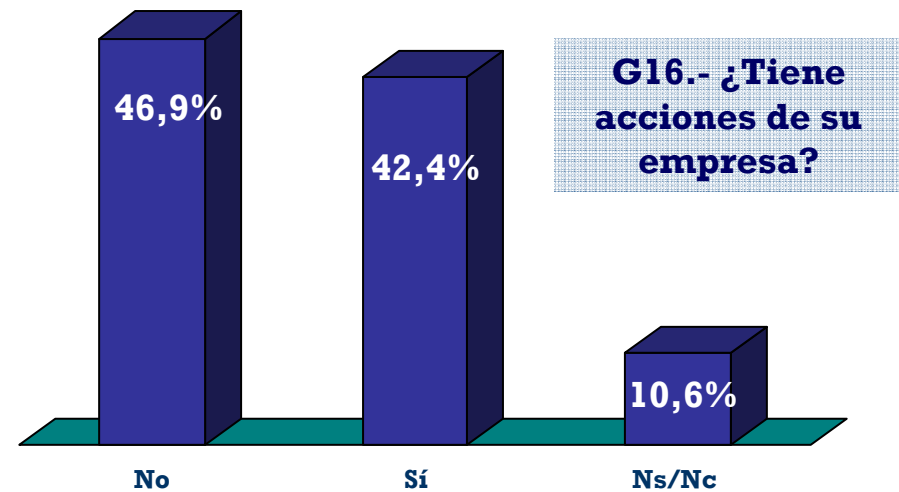
4.- Análisis

M.- PARTICIPACIÓN ACCIONARIAL DE LOS EMPLEADOS (ADEMÁS DE FAMILIARES Y AMIGOS) EN SUS EMPRESAS.

Preguntados los trabajadores sobre si ellos o bien familiares o conocidos tenían acciones de su empresa, casi un **47 por ciento** contestó negativamente, pero es apreciable el 42,4 por ciento que respondió sí.

Ante la pregunta de si comprarían ahora o recomendarían comprar títulos de su propia compañía, el **50,4 por ciento** de los entrevistados no se pronunciaron al respecto, aunque entre los que sí lo hicieron casi un **47 por ciento** respondió afirmativamente a esta pregunta.

Conviene comentar que los entrevistados que respondieron que no comprarían ni recomendarían comprar acciones de sus empresas, acompañaban esta respuesta con frases como “no compraría ni de la mía ni de ninguna” o “compraría más, pero es mejor diversificar”.



5.- Anexo 1: Comentarios no tabulados

Comentarios realizados por los entrevistados
al margen de las respuestas tabuladas

5.- Comentarios no tabulados

A MODO DE EXPLICACIÓN.

El formato periodístico utilizado para hacer las entrevistas, igual al que se aplica en las Auditorías de Comunicación, aporta gran riqueza y variedad de resultados. Las respuestas a muchas de las preguntas se asimilaron a “entradas” concretas que pudieran ser tratadas estadísticamente. No obstante, consideramos que pueden ser de interés parte de los comentarios realizados en torno a dichas respuestas.

1. ¿Qué interés cree que tiene su empresa para comunicarse con sus trabajadores?

- “Lo que se intenta es dar idea de cómo se aprovecha el talento que hay en la compañía. Hacer ver cómo los distintos equipos hacen posible una mejor empresa”.
- “Transmitir mensajes y hacer *branding*”.
- “Informar sobre los objetivos”.
- Aunque el entrevistado contesta que la empresa se comunica de forma habitual con sus trabajadores más allá de órdenes e instrucciones laborales, matiza que “actualmente apenas existe comunicación de ningún tipo”.
- “Informar a los trabajadores sobre la marcha de la empresa y sobre aquellos asuntos que les afectan directamente”.
- “La empresa se comunica con sus trabajadores para que los empleados conozcan lo que hacen otros departamentos”.
- “Pienso que lo que la empresa intenta es que nadie les acuse de no informar, aunque no creo que se nos dé toda la información que los trabajadores precisamos, tanto para tranquilizarnos en relación a los puestos de trabajo como para explicarnos la trayectoria de la empresa ahora que estamos en un momento crítico tanto empresarial como económicamente”.
- “Los trabajadores, además de querer conocer cómo va la empresa, quieren obtener respuestas a expectativas de desarrollo profesional y planes de formación”.
- “La Comunicación en nuestra empresa no es una ‘maría’. Somos más de 100.000 empleados en 25 países, por lo que hay que respetar las sensibilidades de todos”.
- “Además de mantenernos informados sobre la marcha de la empresa, lo que quieren es que calen sus mensajes entre los trabajadores”.
- “Que los trabajadores se comprometan con la empresa”.
- “Que nos enteremos de la realidad de la empresa por la propia empresa más que por los Medios de Comunicación”.
- “Unificar la cultura corporativa”.
- “Mostrar la estrategia de la compañía, dar a conocer los reconocimientos exteriores que hemos tenido y hacernos llegar las noticias relacionadas con la empresa”.
- “Informarnos sobre noticias del sector y sobre productos de la empresa”.
- “Transmitir información sobre RSC”.
- “Hay interés en comunicar, pero sin resultados exitosos, hay demasiados puestos por medio”.
- “La empresa tiene un interés publicitario cuando se comunica con sus empleados”.

5.- Comentarios no tabulados

- “Informar sobre la marcha de la empresa y los cambios organizativos”.
- “Que vendamos más”.
- “Motivarnos”.
- “Acatar procedimientos”.

2. En su opinión, ¿qué prefieren conocer de su empresa los trabajadores?

- “Saber si va a haber recorte de personal”.
- “Saber los efectos de la crisis en la empresa”.
- “Los empleados lo que quieren es tener visibilidad, que los demás sepan lo que hacen”.
- “Además de cómo va la empresa, los empleados quieren conocer sobre asuntos que les afectan directamente”.
- “Además de estar interesados en cómo va la empresa y si se valoran o no sus opiniones, los trabajadores están interesados en conocer noticias de cercanía para ellos”.
- “Al ser tan grande mi empresa, yo creo que los trabajadores lo que quieren saber es cómo va, pero sobre todo qué hacen otras áreas más allá de la estrategia”.
- “Los trabajadores quieren conocer cómo va la empresa, aunque la gente ya sabe las noticias antes de que se las comuniquen”.
- “Los empleados quieren saber que trabajan en una buena empresa”.
- “Depende del momento”.
- “Queremos saber cómo va nuestra empresa, pero sobre todo queremos saberlo antes de que salte a la opinión pública”.
- “Cambios organizativos y cuestiones relacionadas con el salario y las vacaciones”.

- “Da igual. No tienen en cuenta nuestras opiniones, sólo les importa lo que opinan los altos cargos y directivos”.
- “Ventajas y mejoras para los empleados”.
- “Las condiciones laborales que ofrece la empresa”.
- “Queremos saber cosas que realmente nos afectan, como tipo de salarios, tipo de contratos, etc.”.
- “Los empleados quieren participar en la marcha de la empresa”.
- “La empresa es tan grande que lo que quieren conocer los trabajadores es dónde trabajan, a qué se dedica la empresa en conjunto y no sólo la división para la que ellos están trabajando”.

3. Hablando siempre de la empresa para la que trabaja, ¿deben los miembros del comité de empresa tener información preferente (distinta y con más datos) respecto al resto de trabajadores?

- “Deben tener la información necesaria para realizar su trabajo, pero no necesariamente ésta tiene que ser información preferente”.
- “Yo creo que no, excepto para algunos temas”.
- “Deben conocer aquello que marque la ley”.
- “Creo que el Comité de Empresa no debería tener información preferente sobre la compañía porque todos somos iguales, todos somos trabajadores”.
- “Creo que el Comité de Empresa sí debería tener información preferente, la cuestión es si se la dan o no...”.
- “El Comité de Empresa debería ser el nexo entre trabajadores y empresa, pero no debería tener más información que el resto de los empleados”.

5.- Comentarios no tabulados

4. ¿Le parece que el comité de empresa gestiona correctamente la información que recibe de la empresa y le transmite a usted?

- “No lo sé, no recibo información del Comité de Empresa”.
- “No lo sé, desconozco toda la información que el Comité recibe”.
- “El Comité de Empresa no gestiona correctamente la información que recibe porque le falta transparencia a la hora de transmitirla”.
- “Sólo a veces el Comité de Empresa gestiona bien la información que tiene, pero yo lo entiendo, porque es difícil llegar a tantos trabajadores que estamos en diferentes países”.
- “El Comité de Empresa gestiona correctamente la información que tiene, aunque llegar a este punto no ha sido un camino fácil”.
- “Me parece que el Comité de Empresa gestiona bien la información que tiene, aunque a veces lo hace de manera partidista y brusca”.

6. ¿Qué vías utiliza su empresa para comunicarse con usted como trabajador?

- “Nos llaman directamente por teléfono para decirnos lo que sea”.
- “Mediante una encuesta de satisfacción”.
- “La Intranet está siempre actualizada y puedes encontrar toda la información que necesites. Otra cosa es que los empleados de la empresa la consulten”.

7. Y, ¿cuál de estas vías le parece de mayor utilidad para el conjunto de los trabajadores?

- “La más útil para mí es la Intranet porque es muy completa y útil”.
- “Yo creo que la vía de más utilidad es el correo electrónico porque todo el mundo lo mira varias veces al día”.

- “El canal más útil para que la empresa se comunique con sus empleados es la televisión interna vía Intranet, que además está teniendo mucho impacto porque al ver las caras de las personas tiene un componente más emocional y gusta más a la gente”.
- “El boletín de prensa diario”.
- “Creo que lo mejor es que mi jefe me reúna y me cuente lo que sea”.
- “Depende de la información”.
- “Foros”.
- “En las reuniones del departamento se nos comunican muchas cosas y además a todos a la vez. Creo que es el mejor sistema para mantenernos informados”.
- “Creo que la combinación del correo electrónico y la Intranet es lo ideal. Por un lado, el correo sirve para que nos lleguen informaciones más personalizadas y la Intranet para que se comuniquen cosas más generales”.

8. Califique, por favor, del 0 al 5 la importancia que en su criterio deben tener los distintos aspectos que conforman la Comunicación Interna.

- “La Comunicación descendente es muy importante, pero debe llegar bien”.

9. En su empresa, ¿puede usted opinar libremente sobre aquello que le afecta y afecta al conjunto de la empresa?

- “No porque al final son jefes y hay que tener cuidado con lo que se dice”.
- “No, a menos que tengas salvaguardas”.

5.- Comentarios no tabulados

9A. (Si la respuesta anterior es afirmativa). ¿Está sistematizado el proceso mediante alguna herramienta definida?

- “Dialogando directamente, de tú a tú”.
- “Evaluaciones cada seis meses donde se hacen llegar nuestras opiniones a los directivos”.
- “Vía correo electrónico a Recursos Humanos”.
- “Reuniones con jefes o con Recursos Humanos. Incluso algunos empleados han solicitado una entrevista con el máximo ejecutivo”.
- “Le digo lo que sea a mi jefe”.
- “Podemos dar nuestra opinión mediante formularios y valoraciones”.
- “El sistema para opinar que utiliza mi empresa es mediante encuestas de clima laboral y entrevistas directas con los jefes”.
- “Los empleados tienen dudas de si son eficaces las herramientas para comunicarse dentro de la empresa y lo que suelen hacer es hablar con su jefe inmediato”.
- “Además de utilizar la Intranet, una consultora independiente (para garantizar la confidencialidad de las respuestas) realiza encuestas de clima laboral a los trabajadores”.
- “Hay distintas vías por las que dar a conocer nuestras opiniones: hay un foro interno (parecido a un Blog) en el que todo el mundo puede opinar y donde se generan debates; también la empresa realiza estudios de clima, dinámicas de grupo y reuniones para hacer públicas nuestras ideas y propuestas”.
- “Reuniones con el equipo directivo”.
- “Existen unos foros. Además, se premian económicamente las buenas ideas”.

- “El Comité de Comunicación Interna se reúne cada mes”.
- “Mediante Comunicación verbal”.
- “Mediante reuniones”.

10. ¿Debe ser el Comité de Empresa el que transmita a los directivos las inquietudes de los trabajadores o es mejor que éstos tengan vías directas?

- “El intermediario debe ser el Comité de Empresa porque así no se puede poner nombre y apellido a las solicitudes, y las quejas son anónimas”.
- “Ambas formas son compatibles porque así no hay intereses particulares”.
- “Creo que ambas formas son compatibles, aunque considero que deben tener más peso los trabajadores”.
- “Creo que el trabajador es el que mejor puede transmitir sus problemas e inquietudes a los directivos”.

11. Tanto si su empresa está acusando el impacto de la crisis como si lleva una actividad, digamos, normal, ¿ha observado si se tiene un mayor cuidado en la Comunicación que se dirige a los trabajadores?

- “Se tiene un mayor cuidado en las comunicaciones que se dirigen a los empleados, pero no tanto por la crisis sino por el crecimiento que ha experimentado la empresa y la expansión de herramientas de Comunicación como la Intranet”.

5.- Comentarios no tabulados

- “No he notado que ahora se tenga un mayor cuidado en la Comunicación que se dirige a los trabajadores porque siempre se ha tenido cuidado en ello”.
- “Los temas sensibles se tratan con más cuidado”.
- “Yo creo que sí, además el equipo directivo ha estrechado últimamente los lazos con la red”.
- “Yo creo que el cuidado que se tiene en las comunicaciones que nos remiten es el mismo que siempre. Lo que sí he notado es que ahora se evitan noticias o comunicados que puedan causar inquietud entre los trabajadores”.

12. ¿Ha observado, por otro lado, si hay mayor o menor cantidad de acciones de Comunicación hacia los trabajadores (si les cuentan más cosas y más veces)?

- “La cantidad de acciones de Comunicación es la misma, pero ahora la información es más accesible, hay más sensación de transparencia”.
- “La cantidad de acciones de Comunicación ha aumentado, pero no creo que sea por la crisis, sino porque cada vez se hacen más cosas”.
- “Por parte de la empresa la cantidad de acciones de Comunicación es la misma. Sin embargo, el Comité de Empresa sí ha aumentado este número de acciones”.
- “Se ha aumentado la cantidad de acciones de Comunicación, pero no creo que sea por la crisis sino porque se está dando más importancia al Departamento de Comunicación Interna que es quien realiza estas acciones”.

13. Díganos si ha recibido últimamente de su empresa alguno o algunos de los siguientes mensajes:

- “He recibido el mensaje de ‘hay que reducir gastos’ insistentemente...”.
- “Tenemos que tener mayor sentido de la responsabilidad y debemos mejorar el servicio a los clientes”.
- El entrevistado contesta que el mensaje que más ha recibido últimamente está relacionado con el ‘orgullo de pertenencia’ del estilo de “en estos momentos de crisis es un orgullo trabajar para una empresa como la nuestra”.
- “Nos están lanzando mensajes de tranquilidad y para calmar a los clientes”.
- “Para calmar nuestras inquietudes se informa clara y constantemente sobre la evolución de la empresa”.
- “El mensaje que más hemos recibido es: se ha parado la contratación de nuevo personal”.

14. ¿Qué departamento de su empresa remite la Comunicación que llega a los trabajadores?

- “El Departamento de Comunicación Interna”.
- “Depende del tema”.
- “Los Jefes de Departamento”.
- “Cualquiera de los siguientes: Comunicación Interna, Gestión de personas, Áreas de negocio, Áreas de soportes y Comité de Dirección”.
- “Comunicación Interna y Gestión de personas”.
- “Además de Comunicación y Recursos Humanos, los sindicatos y las unidades operativas”.
- “Hasta ahora la gestionaba Recursos Humanos, pero ahora la está llevando Presidencia”.

5.- Comentarios no tabulados

•“La información viene de varias vías: a veces de Comunicación Interna, otras de Recursos Humanos, del consejero delegado y de otros departamentos”.

•“Además de Recursos Humanos y de la Dirección de Comunicación, también nos remiten información las distintas direcciones y unidades de negocio de la empresa”.

•“Directamente mi superior”.

15. Y, ¿quién cree que debería remitirlo?

•“Depende de lo que se tenga que comunicar sería un departamento u otro de los nombrados”.

•“El Departamento de Comunicación Interna”.

•“Lo mejor sería que lo transmitiera un superior”.

•“El coordinador de cada departamento”.

•“Quien debería remitir la Comunicación de la empresa debería ser la Dirección de Comunicación, pero debería haber mucha más coordinación con Recursos Humanos”.

•“La Dirección de Comunicación debe ser quien remita la comunicación a sus empleados aunque todos los departamentos deben tener relación con Comunicación”.

•“La Comunicación Interna debe ser remitida por la Dirección de Comunicación porque es importante que el mensaje se centralice en un solo departamento”.

•“En el siglo XXI, la Comunicación de empresa debe ser ejercida por profesionales de la Comunicación y no por Recursos Humanos”.

•“La Dirección de Comunicación y Recursos Humanos deberían coordinarse, pero nunca debería depender la Comunicación Interna de Recursos Humanos. No son profesionales de la Comunicación y no tienen por qué serlo”.

•“La Comunicación Interna en la empresa debería ser llevada por Recursos Humanos coordinado con la Dirección de Comunicación” y añade: “Recursos Humanos deberían llevar sólo aquellos temas relacionados con asuntos sindicales, ya que son temas que les resultan más cercanos”.

•“Comunicación Interna establece y facilita los canales e impulsa la Comunicación, pero lo realmente importante es comunicar a los empleados”.

•“Lo debe organizar Comunicación, pero se puede remitir desde otras direcciones”.

•“Debe remitirlo la Dirección de Comunicación, pero tendría que participar la línea jerárquica”.

•“Cualquiera, pero quien lo haga debe conocer muy bien a los trabajadores”.

•“Mi superior”.

•“Creo que debe remitirlo Comunicación Interna, que está integrado en la Dirección de Comunicación. Otra cosa sería si Comunicación Interna pudiera estar en Recursos Humanos en vez de en Comunicación, pero creo que se hace bien”.

17. ¿Compraría acciones de su empresa (o adquiriría más para los que las tienen) si pudiese?

•“Compraría más, pero es mejor diversificar”.

•El entrevistado contesta que No compraría acciones de su empresa, pero matiza que no le interesa adquirir acciones de ningún tipo.

•“Depende de la situación de la empresa en Bolsa”.

•“No compraría ni de la mía ni de ninguna”.

Resumen de tabulación

6.- Resumen de la tabulación

CORTE: ¿Considera que su empresa se comunica (habla, informa) habitualmente con sus trabajadores, más allá de órdenes e instrucciones laborales?	263	%
Sí	242	92,0
No	18	6,8
Ns/Nc	3	1,1
1.- ¿Qué interés cree que tiene su empresa para comunicarse con sus trabajadores?	433	%
Informarles de la marcha de la empresa	192	44,3
Crear equipo	81	18,7
Crear orgullo de pertenencia	81	18,7
Pedirles opinión	30	6,9
Comerles el "coco" para que no protesten	9	2,1
Otros	28	6,5
Ns/Nc	12	2,8

2.- En su opinión, ¿qué prefieren conocer de su empresa los trabajadores?	320	%
Cómo va la empresa (proyectos, previsiones...)	188	58,8
Si valora o no sus opiniones	63	19,7
Qué piensan de la empresa y los trabajadores los gestores y directivos	29	9,1
Otros	30	9,4
Ns/Nc	10	3,1
3.- Hablando siempre de la empresa para la que trabaja, ¿deben los miembros del comité de empresa tener información preferente (distinta y con más datos) respecto al resto de trabajadores?	245	%
Sí	65	26,5
No	95	38,8
Depende de los casos	69	28,2
Ns/Nc	16	6,5

6.- Resumen de la tabulación

4.- ¿Le parece que el Comité de Empresa gestiona correctamente la información que recibe de la empresa y le transmite a usted?	245	%
Sí	75	30,6
No	34	13,9
A veces	79	32,2
Ns/Nc	57	23,3
5.- ¿Sabe si su empresa tiene definida su Política de Comunicación Interna o si tiene redactado un Plan de Comunicación que incluya la Interna?	245	%
Sí	170	69,4
No	22	9,0
Ns/Nc	53	21,6
6.- ¿Qué vías utiliza su empresa para comunicarse con usted como trabajador?	943	%
Correo electrónico	205	21,7
News Letter	57	6,0
Intranet	206	21,8
Página WEB	89	9,4
Tablón de anuncios	88	9,3
Revista Corporativa	106	11,2
Reuniones	81	8,6
Transmisión directa de un superior	79	8,4
Otros	32	3,4
Ns/Nc	0	0,0

7.- Y, ¿cuál de estas vías le parece de mayor utilidad para el conjunto de los trabajadores?	432	%
Correo electrónico	119	27,5
News Letter	18	4,2
Intranet	120	27,8
Página WEB	18	4,2
Tablón de anuncios	8	1,9
Revista Corporativa	35	8,1
Reuniones	45	10,4
Transmisión directa de un superior	51	11,8
Otros	18	4,2
Ns/Nc	0	0,0
8.- Califique, por favor, de 0 a 5 la importancia que en su criterio deben tener los distintos aspectos que conforman la Comunicación Interna.	245	Media
Comunicación descendente (jefes hacia abajo)	1084	4,6
Comunicación ascendente (trabajadores hacia arriba)	1035	4,4
Comunicación transversal (entre iguales)	1054	4,4

6.- Resumen de la tabulación

9.- En su empresa, ¿puede usted opinar libremente sobre aquello que le afecta y afecta al conjunto de la empresa?	245	%
Sí	183	74,7
No	38	15,5
Ns/Nc	24	9,8
9A.- (Si la respuesta anterior es afirmativa). ¿Está sistematizado el proceso mediante alguna herramienta definida?	207	%
No	30	14,5
Buzón de sugerencias	77	37,2
Comentarios en la Intranet	33	15,9
Cartas al máximo ejecutivo	8	3,9
Otros	61	29,5
Ns/Nc	10	4,8
10.- ¿Debe ser el Comité de Empresa el que transmita a los directivos las inquietudes de los trabajadores o es mejor que éstos tengan vías directas?	245	%
Intermediario el Comité	43	17,6
Trabajador directamente	45	18,4
Ambas formas son compatibles	139	56,7
Ns/Nc	18	7,3

11.- Tanto si su empresa está acusando el impacto de la crisis como si lleva una actividad, digamos, normal, ¿ha observado si se tiene un mayor cuidado en la comunicación que se dirige a los trabajadores?	245	%
Sí	96	39,2
No	123	50,2
Ns/Nc	26	10,6
12.- ¿Ha observado, por otro lado, si hay mayor o menor cantidad de acciones de Comunicación hacia los trabajadores (si les cuentan más cosas y más veces)?	245	%
Mayor	63	25,7
Menor	14	5,7
Igual	151	61,6
Ns/Nc	17	6,9

6.- Resumen de la tabulación

13.- Díganos si ha recibido últimamente de su empresa alguno o algunos de los siguientes mensajes:	350	%
De momento, nosotros vamos bien	74	21,1
Vamos a tener que reducir puestos de trabajo	27	7,7
Hay que trabajar más	26	7,4
Hay que cobrar menos	11	3,1
Hay que reducir gastos	130	37,1
Mantendremos los puestos más rentables	6	1,7
No he recibido mensajes	43	12,3
Otros	25	7,1
Ns/Nc	8	2,3
14.- ¿Qué departamento de su empresa remite la Comunicación que llega a los trabajadores?	329	%
Recursos Humanos	123	37,4
Dirección de Comunicación	138	41,9
Asesoría Jurídica	5	1,5
Dirección General	21	6,4
Otros	36	10,9
Ns/Nc	6	1,8

15.- Y, ¿quién cree que debe remitirlo?	305	%
Recursos Humanos	91	29,8
Dirección de Comunicación	130	42,6
Asesoría Jurídica	2	0,7
Dirección General	17	5,6
Otros	39	12,8
Ns/Nc	26	8,5
16.- ¿Tiene usted, algún familiar o conocido suyo acciones de su propia empresa?	245	%
Sí	104	42,4
No	115	46,9
Ns/Nc	26	10,6
17.- ¿Las compraría (o adquiriría más para los que las tienen) si pudiese?	245	%
Sí	115	46,9
No	67	27,3
Ns/Nc	63	50,4