



FUNDACIÓ UNIÓ

ENQUESTA COMUNICACIÓ:
necessitats i tendències de treball





Enquesta comunicació: necessitats i tendències de treball

El Consell Tècnic Assessor de Comunicació de La Unió va considerar precís realitzar una enquesta en comunicació sobre les necessitats i tendències de treball en aquest àmbit. L'objectiu era fer una prospectiva sobre com aborden la comunicació la majoria dels centres sanitaris catalans. El Consell va encarregar el treball a la Secretaria Tècnica de Comunicació de l'associació patronal que va comptar amb el suport de la Fundació Unió i de la consultora Mapa Media. El treball es realitza a l'estiu del 2007.

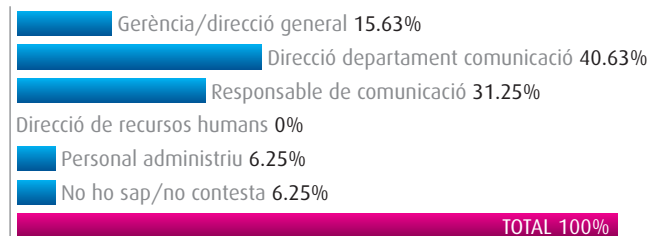
Metodologia

- Disseny d'una enquesta formada per 4 agrupadors conceptuals: la comunicació com a eina estratègica; la comunicació externa i la relació amb els mitjans de comunicació; la comunicació interna i altres qüestions. Es plantegen 45 preguntes.
- Dirigida a professionals que com a màxims responsables de l'entitat o bé com a experts en comunicació tenen sota la seva responsabilitat aquesta àrea. L'enquesta es fa arribar als professionals via mail i la resposta s'obté pel mateix canal.

Resultats

- Univers: de les 97 entitats associades a La Unió Catalana d'Hospitals en el moment de fer l'enquesta, la taxa de resposta és del 28%.
- Perfil dels professionals que contesta:

La persona que contesta l'enquesta desenvolupa tasques de:

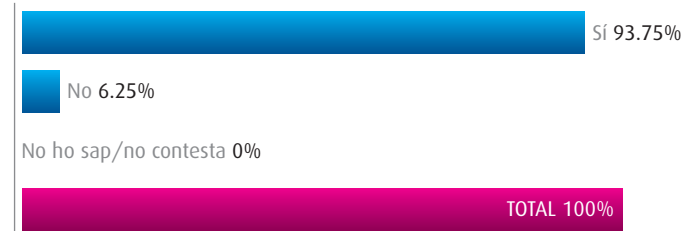


Resultats per àrees temàtiques

La Comunicació com una eina estratègica de gestió

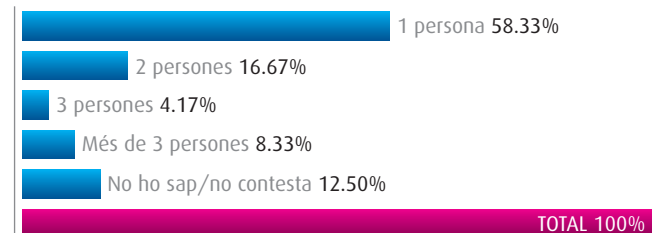
Les respostes no deixen marge de dubte, almenys pel que fa a la percepció, ja que el 94% considera que, efectivament, la comunicació és una eina de gestió estratègica.

Es considera a la seva entitat que la comunicació és una eina de gestió estratègica?



Ara bé, seria difícil trobar àrees de gestió estratègica de qualsevol empresa o institució on només es dediqués un professional a la seva gestió. Aquesta és la realitat del 58% dels centres que han contestat. Potser, en aquesta àrea, hi ha un desajust entre el que es considera (eina de gestió estratègica) i els recursos que s'hi dediquen (només 1 persona).

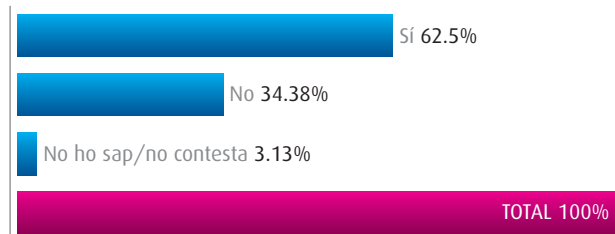
Només contesti a la pregunta si tenen una tecnoestructura de comunicació. En aquest cas, per quants professionals està formada?





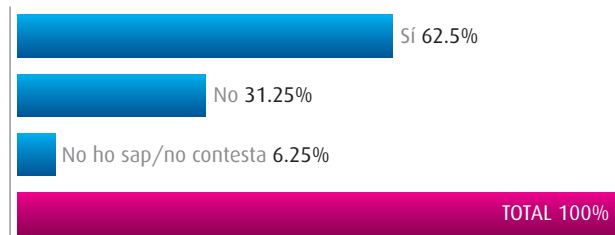
També és digne de menció el fet que només el 62% hagi reconegut disposar d'un pla de comunicació (del qual en un 95% és aprovat per la direcció general(DG). Tenint en compte que el pla de comunicació és una eina bàsica de treball que fixa objectius, defineix accions i assigna recursos, sembla també que en aquest cas torna a haver-hi un desajust entre el que hom diu (és una eina estratègica) i la realitat.

La seva institució té un pla de comunicació que fixa objectius i assigna recursos a les accions de comunicació?



També hi ha un nou desajust a l'hora de relacionar la percepció de la comunicació com a eina estratègica de gestió i el perfil de les persones que s'hi dediquen. Sembla difícil imaginar un departament de planificació financera sense que al front hi hagi un professional format i experimentat en la matèria. Pel contrari, un 38% dels que assumeixen responsabilitats en aquesta àrea en els centres que han respost l'enquesta no tenen ni reben formació específica per fer la seva feina.

Si un mitjà necessita parlar amb la institució, la persona que l'atén té una formació específica en comunicació?



Prensa

El 72% de les respostes indiquen la necessitat d'augmentar la seva presència activa en els mitjans de comunicació, i el 96% de les respostes reconeixen que durant el darrer any han estat notícia de manera proactiva o reactiva (apuntar que majoritàriament aquesta darrera manera de ser notícia és la que predomina amb un 64%). Només un 40% ha mantingut alguna trobada amb la premsa almenys un cop a l'any.

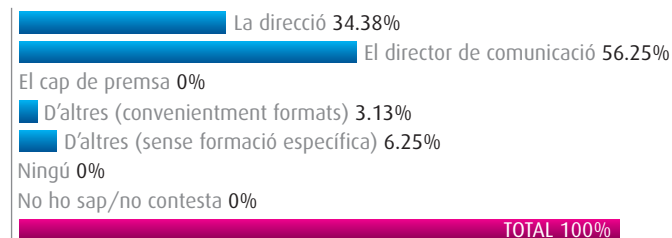
Pensa que la seva institució hauria de tenir una presència més activa en els mitjans?



Arran de les respostes, sembla insinuar-se una tendència a ser notícia quan són els altres els qui ho volen.

Segurament el fet que els departaments de comunicació tenen poc recursos, moltes ocupacions i poca formació específica podria ser una explicació. També ho podria ser el fet que en quasi un 35% dels casos les relacions amb els mitjans depenen en exclusiva de la DG (efecte embut).

Qui és el responsable de la gestió de les relacions de l'entitat amb els mitjans de comunicació?

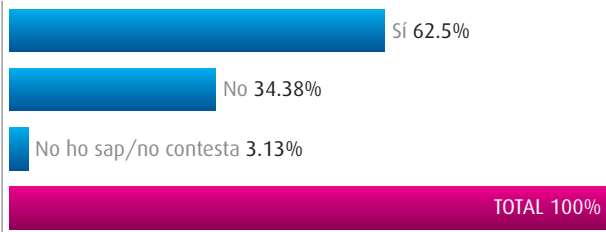




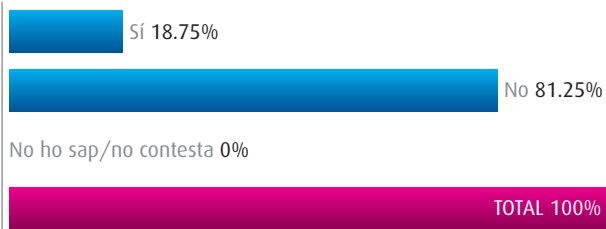
Situacions de comunicació de crisi

La comunicació com a eina estratègica de gestió (el que s'afirma) té un eix de millora en el cas de les situacions específiques de comunicació de crisi. Tot i que un 62% de les respostes indiquen haver-ne viscut alguna, un 81% no ha elaborat el manual d'actuació per aquests casos. Tornem a veure un desajust entre el que hom predica i la realitat. Aquesta resposta podria portar-nos a interpretar la comunicació com la gestió d'un dia a dia, sense ànim ni voluntat de planificació, la qual cosa entraria en ferma contradicció amb les característiques del que s'entén habitualment per una eina estratègica, on la planificació i la previsió d'escenaris és una de les línies bàsiques d'actuació.

Han viscut mai una situació de crisi agreujada per la pressió dels mitjans de comunicació?



Han elaborat un manual o un procediment de comunicació per situacions de crisi?



Comunicació interna

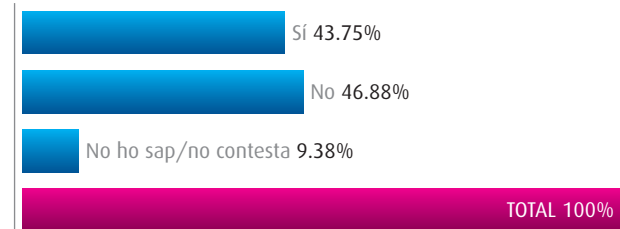
En el 65% dels casos depèn de la direcció general. Aquesta, que podria ser una resposta que indiqués una tendència positiva (està al màxim nivell i se li dona importància) pot indicar el contrari: efecte embut, comunicació poc transversal i excessivament jerarquitzada. Caldria aprofundir en l'estudi d'aquesta variable per extreure'n conclusions.

Hi ha un 90% dels centres que han contestat que efectuen accions de comunicació interna de manera habitual i el mateix percentatge respon que produeix materials i útils de comunicació interna.

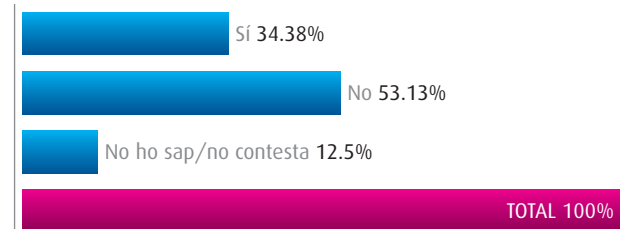
Es detecta un eix de millora important en l'ús de les noves tecnologies per gestionar la comunicació interna. Només un 38% dels enquestats tenen la intranet com a eina de comunicació interna.

Un 34% dels centres ha aprofitat alguna enquesta per preguntar als col·laboradors si estan satisfets amb la informació que reben, aquesta xifra -tot i minoritària- si sembla marcar una línia de treball adreçada a considerar la comunicació interna com una àrea de la màxima transcendència.

Han fet mai un estudi sobre satisfacció interna dels col·laboradors?



Han preguntat mai als col·laboradors si estan satisfets amb la informació que reben per part de l'entitat?

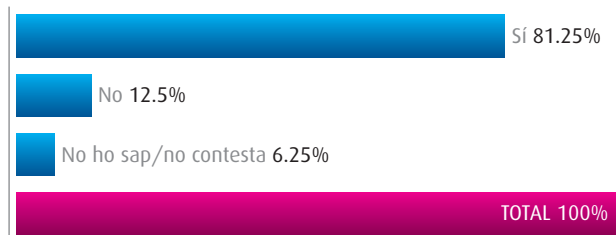




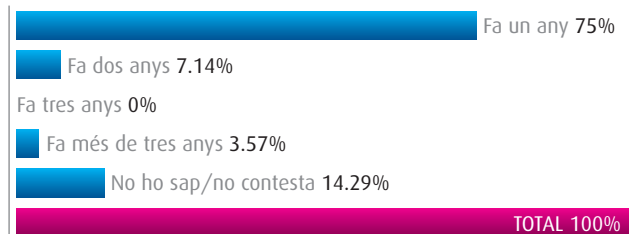
Comunicació clients

El 81% dels enquestats diu haver realitzat una enquesta de satisfacció entre els clients en el darrer any. És una dada positiva. Malauradament l'enquesta no aporta informació sobre les conseqüències pràctiques; ha canviat els usos de comunicació arran de les respostes?, s'han incorporat nous hàbits i actuacions? En tot cas, només el fet de preguntar ja és positiu.

Han fet recentment una enquesta de satisfacció de l'usuari a l'entitat?



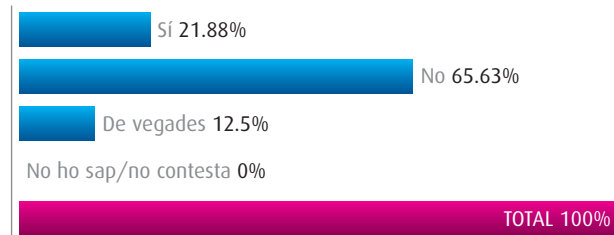
Només contesti a la pregunta si ha respost afirmativament a la pregunta d'abans. Quant de temps en fa? Marqui només una opció.



Agències de comunicació

La majoria d'entitats enquestades no disposen d'agència de comunicació que els doni suport. Això podria estar enllaçat directament bé amb la manca de recursos, bé amb la manca de percepció de valor afegit en aquests prestadors de serveis. Una vegada més, també en aquest cas podria semblar existir una dissonància entre el fet de considerar estratègica una eina (comunicació) i els recursos que s'hi assignen. De fet, costa imaginar d'altres àrees de gestió estratègica sense el suport –ni que sigui esporàdic– de professionals del món de la consultoria. És molt important també el percentatge de respostes que consideren que, cas de necessitar ajuda d'una agència, valorarien molt el fet que desenvolupés la seva activitat en el sector. Aquí, naturalment, es posa en valor l'experiència i potser s'entén majoritàriament que la comunicació d'aquest sector té unes peculiaritats que fan necessari cert grau d'especialització.

Les relacions amb els mitjans de comunicació es gestionen amb l'ajut d'una agència de comunicació i relacions públiques?

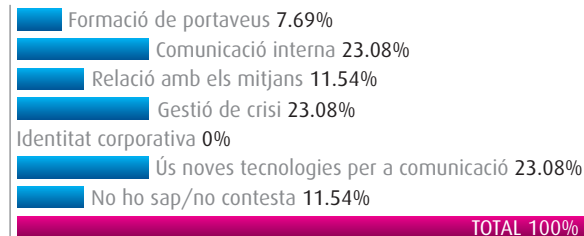




Formació

Arran de les respostes es pot detectar també un desalineament entre l'afirmació "és estratègica en la gestió" i la realitat. La manca de formació és una resposta comuna entre la majoria dels enquestats, sigui en formació de portaveus o noves tecnologies.

Contesti a la pregunta només si tenen una persona que es responsabilitzi de la comunicació. Marqui només un aspecte en què s'hauria d'enfortir la formació d'aquesta persona:



Conclusió principal

La comunicació es considera una eina estratègica de direcció. No obstant això, en la pràctica, els recursos que s'hi dediquen (humans, físics i tecnològics) entren en contradicció amb aquesta consideració

La principal conclusió de l'enquesta és que tot i que hi ha una voluntat de fer de la comunicació una eina estratègica, no ho és en molts casos. Aquest fet es posa de manifest en la manca de planificació; el percentatge del pressupost que s'hi destina; el poc grau d'expertesa a l'hora de dominar les diferents disciplines; i en el fet que sovint qui articula l'estratègia és qui l'ha d'implementar (departaments freqüentment amb una sola persona sense suport extern o d'agències). Tots aquests fets fan pensar que existeix una certa contradicció entre el que s'afirma i el que es fa.

Això ens fa reflexionar sobre com es treballa a la majoria de les organitzacions sanitàries del nostre país i ens condueix a estudiar com es podrien obtenir millors resultats.

A partir d'aquest treball, l'objectiu de la Fundació Unió és impulsar espais de trobada per posar en comú experiències i eixos transversals a fi de poder descobrir i aplicar les millors pràctiques.

Però més enllà de la mirada local a les organitzacions, creiem necessària també una reflexió profunda sobre l'assessoria en comunicació i la figura professional de qui hi té la responsabilitat. Actualment, el perfil de professional qualificat i amb una sòlida trajectòria procedent d'aquest àmbit es barreja amb la figura de l'assistent o la persona que realitza tasques administratives.

Falta un veritable plantejament estratègic de la comunicació a les organitzacions sanitàries. Volem anar més enllà: què s'entén a les organitzacions per comunicació; comunicar?, el què, com, comunicar és el mateix que executar actes? Creiem fermament que és el moment no només de mirar com s'organitza la comunicació a les entitats sinó també de considerar quin valor se li dona i per a què, amb quin objectiu. S'ha professionalitzat la comunicació o s'improvisa constantment?



Qüestionari enviat

Segmentació de perfil

1 La persona que contesta l'enquesta desenvolupa tasques de:

Gerència/direcció general.....	15.63%
Direcció de departament de comunicació.....	40.63%
Responsable de comunicació.....	31.25%
Direcció de recursos humans.....	0%
Personal administratiu.....	6.25%
No ho sap/no contesta.....	6.25%

2 Quants treballadors estandarditzats té la plantilla de l'entitat?

Menys de 50.....	0%
De 51 a 100.....	0%
De 101 a 150.....	6.25%
De 151 a 250.....	6.25%
De 251 a 350.....	15.63%
De 351 a 500.....	15.63%
De 501 a 1500.....	37.5%
De 1501 a 2000.....	6.25%
Més de 2000.....	12.5%
No ho sap/no contesta.....	0%

La Comunicació com a eina de gestió estratègica

1 Es considera a la seva entitat que la comunicació és una eina de gestió estratègica?

Sí.....	93.75%
No.....	6.25%
No ho sap/no contesta.....	0%

2 Participa la direcció de la presa de decisions en política de comunicació?

Sempre.....	87.5%
Mai.....	0%
De vegades.....	9.38%
No ho sap/no contesta.....	3.13%

3 La seva institució té un pla de comunicació que fixa objectius i assigna recursos a les accions de comunicació?

Sí.....	62.5%
No.....	34.38%
No ho sap/no contesta.....	3.13%

4 Si disposen d'un pla de comunicació, ho ha aprovat la direcció general?

Sí.....	95.24%
No.....	4.76%
No ho sap/no contesta.....	0%

5 Existeix la figura del responsable de comunicació?

Sí.....	78.13%
No.....	21.88%
No ho sap/no contesta.....	0%

6 En cas d'existir un responsable de comunicació, quina és la seva dependència jeràrquica?

Direcció general.....	88%
Direcció de recursos humans.....	0%
Direcció de màrqueting.....	0%
Altres.....	12%
No ho sap/no contesta.....	0%

7 El responsable de comunicació participa en el comitè de direcció?

Sí.....	50%
No.....	37.5%
Només si ha una crisi.....	12.5%
No ho sap/no contesta.....	0%

8 S'avaluen periòdicament la política i les accions de comunicació en funció dels objectius que es persegueixen?

Sí.....	59.38%
No.....	28.13%
No ho sap/no contesta.....	12.5%

9 Si realitzen habitualment memòries de gestió i activitat, inclouen un apartat de comunicació?

Sí.....	53.57%
No.....	32.14%
No ho sap/no contesta.....	14.29%

10 Si tenen una tecnoestructura de comunicació, per quants professionals està formada?

1 persona.....	58.33%
2 persones.....	16.67%
3 persones.....	4.17%
Més de 3 persones.....	8.33%
No ho sap/no contesta.....	12.5%



11 Quin percentatge de les despeses totals es dediquen a comunicació?

Menys d'un 1%	40.63%
Entre un 2 i un 3%	9.38%
Entre un 4 i 5%	0%
Més de 5%	0%
No ho sap/no contesta.....	50%

12 Si tenen una persona que es responsabilitzi de la comunicació, marqui només un aspecte en què s'hauria d'enfortir la formació d'aquesta persona:

Formació de portaveus	7.69%
Comunicació interna	23.08%
Relació amb els mitjans	11.54%
Gestió de crisi	23.08%
Identitat corporativa	0%
Ús de les noves tecnologies aplicades a la comunicació	23.08%
No ho sap/no contesta	11.54%

La comunicació externa i les relacions amb els mitjans de comunicació

1 A la seva entitat, estan satisfets amb la imatge que transmeten a través dels mitjans de comunicació?

Sí.....	62.5%
No	15.63%
No ho sap/no contesta	21.88%

2 En el 2007, la seva entitat ha estat notícia en els mitjans de comunicació?

Sí	96.88%
No	3.13%
No ho sap/no contesta.....	0%

3 Si ha respost afirmativament l'apartat anterior. En cas de ser notícia en mitjans de comunicació, ho han estat de forma reactiva i proactiva?

Reactiva (a petició dels mitjans)	22.58%
Proactiva (per iniciativa pròpia).....	9.68%
Proactiva i reactiva	64.52%
No ho sap/no contesta	3.23%

4 Pensa que la seva institució hauria de tenir una presència més activa en els mitjans?

Sí.....	75%
No	15.63%
No ho sap/no contesta	9.38%

5 Si un mitjà necessita parlar amb la institució, la persona que l'atén té una formació específica en comunicació?

Sí.....	62.5%
No	31.25%
No ho sap/no contesta	6.25%

6 Les relacions amb els mitjans de comunicació es gestionen amb l'ajut d'una agència de comunicació i relacions públiques?

Sí	21.88%
No	65.63%
De vegades	12.5%
No ho sap/no contesta.....	0%

7 Els directius reben a diari un recull de premsa amb la informació més destacada del sector i de l'entitat publicada pels mitjans?

Sí	59.38%
No	40.63%
No ho sap/no contesta.....	0%

8 Han viscut mai una situació de crisi agreujada per la pressió dels mitjans?

Sí.....	62.5%
No	34.38%
No ho sap/no contesta	3.13%

9 Han elaborat un procediment de comunicació per situacions de crisi?

Sí	18.75%
No	81.25%
No ho sap/no contesta.....	0%

10 Organitzen algun tipus de trobada amb els mitjans de comunicació en el decurs d'un any sense que ho hagin demanat?

Sí	40.63%
No	56.25%
No ho sap/no contesta	3.13%

11 Qui és el responsable de les relacions de l'entitat amb els mitjans?

La direcció	34.38%
El director de comunicació	56.25%
El cap de premsa	0%
D'altres (convenientment formats)	3.13%
D'altres (sense formació específica).....	6.25%
Ningú.....	0%
No ho sap/no contesta.....	0%



Comunicació interna

1 La seva entitat desenvolupa accions de comunicació interna?

Sí	90.63%
No	9.38%
No ho sap/no contesta	0%

2 Només contesti si ha respost afirmativament a la pregunta anterior. Si duen a terme accions de comunicació interna, s'inclouen en el pla de comunicació?

Sí	63.33%
No	30%
No ho sap/no contesta	6.67%

3 De qui depenen la política i les accions de comunicació interna?

De la direcció general	65.63%
Direcció de recursos human	9.38%
De la direcció de comunicació	18.75%
D'altres	6.25%
No ho sap/no contesta	0%

4 La majoria dels treballadors fan un ús unificat de la imatge corporativa (elaboració de documents, aplicacions de logotips, etc.)?

Sí	78.13%
No	18.75%
No ho sap/no contesta	3.13%

5 Existeix un manual accessible i conegut per tothom sobre l'ús d'aquesta imatge?

Sí	40.63%
No	53.13%
No ho sap/no contesta	6.25%

6 Han fet mai un estudi sobre satisfacció interna dels col·laboradors?

Sí	43.75%
No	46.88%
No ho sap/no contesta	9.38%

7 Han preguntat mai als col·laboradors si estan satisfets amb la informació que reben per part de l'entitat?

Sí	34.38%
No	53.13%
No ho sap/no contesta	12.5%

8 Elaboren materials de comunicació interna?

Sí	90.63%
No	9.38%
No ho sap/no contesta	0%

9 Si ha respost afirmativament a l'anterior. Si elaboren materials de comunicació interna, especifiqui quins (pot triar diverses opcions)?

Cartells i taulell d'anuncis	29.03%
Intranet	38.71%
Butlletí	9.68%
Revista interna	19.35%
Portal del treballador	0%
D'altres	3.23%
No ho sap/no contesta	0%

10 Compten amb l'ajut d'una agència de comunicació per desenvolupar accions de comunicació interna?

Sí	9.38%
No	78.13%
Puntualment	9.38%
No ho sap/no contesta	3.13%

D'altres qüestions

1 La seva entitat disposa de pàgina web

Sí	81.25%
No	3.13%
En construcció	15.63%
No ho sap/no contesta	0%

2 Contesti a la pregunta només si ha respost afirmativament a l'anterior. Qui és l'encarregat de l'actualització de la pàgina web?

El responsable de comunicació	70%
Cap de premsa	0%
D'altres persones de l'àrea administrativa	16.67%
Cada departament gestiona la seva àrea	3.33%
No ho sap/no contesta	10%

3 Creu que la seva entitat té en l'àmbit públic el reconeixement i el relleu que mereix?

Sí	43.75%
No	56.25%
No ho sap/no contesta	0%



4 En general, opina que els professionals de l'entitat tenen un sentiment de pertinença i n'estan orgullosos?

Sí.....	87.5%
No	6.25%
No ho sap/no contesta	6.25 %

5 Contesti a la pregunta només si no treballen amb una agència de comunicació externa. En cas de voler contractar una agència de comunicació externa, seria un requisit que estigués especialitzada en el sector salut?

Sí	66.67%
No.....	25%
No ho sap/no contesta	8.33%

6 Contesti a la pregunta només si treballen amb una agència de comunicació o consultor extern. Quin grau de satisfacció tenen amb la seva agència de comunicació o consultor extern?

Excel·lent	7.69%
Notable.....	38.46%
Bo.....	15.38%
Suficient.....	15.38%
No suficient	0%
No ho sap/no contesta	23.08%

7 Tenen previst incorporar personal a la tecnoestructura de l'equip de comunicació?

Sí	15.63%
No	53.13%
No ho sap/no contesta	31.25%

8 Com valora la importància de la comunicació en l'entorn en què l'entitat desenvolupa l'activitat?

Molt important	65.63%
Important	34.38%
No gaire important.....	0%
Gens important	0%
No ho sap/no contesta.....	0%

9 L'entitat aprofita tot el seu potencial en atenció assistencial, investigació, recerca etc. per donar-se a conèixer?

Sí.....	25%
No	62.5%
No ho sap/no contesta	12.5%

10 Realitzen algun tipus d'acció vinculada al que hom coneix com "Responsabilitat Social Corporativa"?

Sí	59.38%
No	28.13%
No ho sap/no contesta	12.5%

11 S'ha realitzat mai a la seva entitat formació de portaveus?

Sí	18.75%
No.....	75%
No ho sap/no contesta	6.25%

12 Han fet recentment una enquesta de satisfacció de l'usuari a l'entitat?

Sí	81.25%
No	12.5%
No ho sap/no contesta	6.25%

13 Només contesti a la pregunta si ha respost afirmativament a la pregunta d'abans. Quant de temps en fa? Marqui només una opció.

Fa un any	75%
Fa dos anys	7.14%
Fa tres anys	0%
Fa més de tres	3.57%
No ho sap/no contesta	14.29%



FUNDACIÓ UNIÓ

www.fundaciounio.cat



La Unió
Associació d'Entitats
Sanitàries i Socials

www.uch.cat

Bruc, 72-74, 1r 08009 Barcelona
Tel. +34 932 093 699 · Fax. +34 934 147 122
uch@uch.cat

