

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación preliminar*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

Página 1

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación preliminar*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

8. La *investigación preliminar* de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa 80 %
- 2 Cuantitativa 20 %
- 3 Ambas %

9. La *investigación evaluativa posterior* de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa 40 %
- 2 Cuantitativa 60 %
- 3 Ambas %

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación preliminar* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Página 2

Auditorías de Imagen Pública:

- 1 De Percepciones 33 %
- 2 De Opiniones 33 %
- 3 De Actitudes 33 %

Auditorías de Relaciones Públicas:

- 4 Audit "Publicity" 25 %
- 5 Audit Eventos %
- 6 Audit "Lobbying" 25 %
- 7 Audit Com. Interna 20 %
- 8 Audit Clima laboral %
- 9 Audit Cult. Corporat. 20 %
- 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
- 11 Audit Crisis 10 %
- 12 Audit Flujos Comunic. %

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación evaluativa posterior* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

- 1 De Percepciones 33 %
- 2 De Opiniones 33 %
- 3 De Actitudes 33 %

Auditorías de Relaciones Públicas:

- 4 Audit "Publicity" 25 %
- 5 Audit Eventos %
- 6 Audit "Lobbying" 25 %
- 7 Audit Com. Interna 20 %
- 8 Audit Clima laboral %
- 9 Audit Cult. Corporat. 20 %
- 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
- 11 Audit Crisis 10 %
- 12 Audit Flujos Comunic. %

Aproximadamente como en caso ante

12. ¿Qué tipo de técnicas de *investigación cualitativa* suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

- 1 Entrevistas libres %
- 2 Entrevistas en profundidad %
- 3 Entrevistas semi estructuradas %
- 4 Reuniones de grupo de discusión libre 50 %
- 5 Focus Group 50 %
- 6 Análisis de contenido %

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* escrito?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de *investigación preliminar* o de *investigación evaluativa posterior*, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* de investigación escrito?

Página 3

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

Página 4

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|-----|---|
| 1 | Cualitativa | 100 | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|-----|---|
| 1 | Cualitativa | 100 | % |
| 2 | Cuantitativa | 50 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 100 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

| | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|--|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|-------------------------------|-----------------|----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 10 | % |
| 2 | De Opiniones | 10 | % |
| 3 | De Actitudes | 10 | % |

| | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|----|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | 10 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|-----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 100 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | % |
| 5 | Focus Group | | % |

6. Análisis de contenido %

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

Muchas gracias por su amable colaboración.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input checked="" type="checkbox"/> |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|---|---------------|-------------------------------------|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> |

- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

8. La *investigación preliminar* de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

9. La *investigación evaluativa posterior* de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación preliminar* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

- Auditorías de Imagen Pública:**
- 1 De Percepciones %
 - 2 De Opiniones %
 - 3 De Actitudes %

- Auditorías de Relaciones Públicas:**
- 4 Audit "Publicity" %
 - 5 Audit Eventos %
 - 6 Audit "Lobbying" %
 - 7 Audit Com. Interna %
 - 8 Audit Clima laboral %
 - 9 Audit Cult. Corporat. %
 - 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
 - 11 Audit Crisis %
 - 12 Audit Flujos Comunic %

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación evaluativa posterior* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

- Auditorías de Imagen Pública:**
- 1 De Percepciones %
 - 2 De Opiniones %
 - 3 De Actitudes %

- Auditorías de Relaciones Públicas:**
- 4 Audit "Publicity" %
 - 5 Audit Eventos %
 - 6 Audit "Lobbying" %
 - 7 Audit Com. Interna %
 - 8 Audit Clima laboral %
 - 9 Audit Cult. Corporat. %
 - 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
 - 11 Audit Crisis %
 - 12 Audit Flujos Comunic %

12. ¿Qué tipo de técnicas de *investigación cualitativa* suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

- 1 Entrevistas libres %
- 2 Entrevistas en profundidad %
- 3 Entrevistas semi estructuradas %
- 4 Reuniones de grupo de discusión libre %
- 5 Focus Group %
- 6 Análisis de contenido %

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* escrito?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de *investigación preliminar* o de *investigación evaluativa posterior*, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* de investigación escrito?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica. Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas. No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

- SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que *SÍ* han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación preliminar*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que *SÍ* han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación preliminar*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

8. La *investigación preliminar* de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

9. La *investigación evaluativa posterior* de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación preliminar* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 33 | % |
| 2 | De Opiniones | 33 | % |
| 3 | De Actitudes | 33 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|-----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | 100 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | 10 | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 10 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 20 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | 10 | % |
| 11 | Audit Crisis | 20 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 10 | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación evaluativa posterior* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|---|---|
| 1 | De Percepciones | 0 | % |
| 2 | De Opiniones | 0 | % |
| 3 | De Actitudes | 0 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|---|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 0 | % |
| 5 | Audit Eventos | 0 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | 0 | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 0 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 0 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 0 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | 0 | % |
| 11 | Audit Crisis | 0 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 0 | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de *investigación cualitativa* suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 25 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | % |
| 5 | Focus Group | 75 | % |
| 6 | Análisis de contenido | | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | X |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de *investigación preliminar* o de *investigación evaluativa posterior*, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un *briefing* de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | X |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que *SÍ* han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación preliminar*?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que *SÍ* han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | X |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación preliminar*?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de *investigación evaluativa posterior*?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La *investigación preliminar* de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 80 | % |
| 2 | Cuantitativa | 20 | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La *investigación evaluativa posterior* de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 60 | % |
| 2 | Cuantitativa | 40 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación preliminar* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | 100 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | 25 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 25 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 50 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de *investigación evaluativa posterior* indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | 100 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | 20 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 20 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 60 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de *investigación cualitativa* suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 70 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | 30 | % |

| | | | |
|---|-----------------------|--|---|
| 5 | Focus Group | | % |
| 6 | Análisis de contenido | | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | X |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | X |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|---|-----------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |

Página 17

| | | |
|----|------------------|--|
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Página 18

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 60 | % |
| 2 | Cuantitativa | 40 | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 10 | % |
| 2 | Cuantitativa | 90 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 50 | % |
| 2 | De Opiniones | 50 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

| | | | |
|---|---------------------------------|----|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | 10 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 40 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 20 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 20 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 10 | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 10 | % |
| 2 | De Opiniones | 90 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

| | | | |
|---|---------------------|----|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | 90 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |

Página 19

| | | | |
|----|---------------------------------|--|---|
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|--|-----|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | 10% |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | | 30% |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | 10% |
| 5 | Focus Group | | 30% |
| 6 | Análisis de contenido | | 20% |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | X |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | X |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Página 20

En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | X |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|-----------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |

11 Entre 91% y 100%

¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | X |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | 85 | % |

La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|--|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | | % |

Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 85 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|--|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic. | | % |

Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|--|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|--|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic. | | % |

¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | 85 | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 85 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | % |
| 5 | Focus Group | 85 | % |
| 6 | Análisis de contenido | | % |

En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing escrito**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing de investigación escrito**?

| | | |
|----|------------------|--|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | X |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|--|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 10 | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 10 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 10 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 10 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 10 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | 20 | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | 50 | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | 25 | % |
| 5 | Focus Group | 80 | % |
| 6 | Análisis de contenido | 80 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|--|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | X |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | X |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | X |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | 50 | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | 50 | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 30 | % |
| 2 | De Opiniones | 50 | % |
| 3 | De Actitudes | 20 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|--|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 30 | % |
| 2 | De Opiniones | 50 | % |
| 3 | De Actitudes | 20 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|--|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | 20 | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 20 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | % |

| | | | |
|---|-----------------------|----|---|
| 5 | Focus Group | 20 | % |
| 6 | Análisis de contenido | 40 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias por su colaboración

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | X |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | X |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | X |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | X |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 10 | % |
| 2 | Cuantitativa | 90 | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 20 | % |
| 2 | Cuantitativa | 80 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | 100 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 40 | % |
| 5 | Audit Eventos | 20 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | 10 | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 10 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | 100 | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|---|---------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 50 | % |
| 5 | Audit Eventos | 10 | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | 10 | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 10 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 10 | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de investigación cualitativa suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | 20 | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | | % |
| 5 | Focus Group | | % |
| 6 | Análisis contenidos | 80 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de investigación preliminar o de investigación evaluativa posterior, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica. Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | X |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | X |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que SI han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de investigación preliminar?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | X |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que SI han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de investigación evaluativa posterior?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | X |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de investigación preliminar?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | X |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de investigación evaluativa posterior?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | X |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

8. La investigación preliminar de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|-----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | 100 | % |

9. La investigación evaluativa posterior de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|-----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | | % |
| 3 | Ambas | 100 | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de investigación preliminar indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | 100 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 10 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 10 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 60 | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de investigación evaluativa posterior indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|-----|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | 100 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 10 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 10 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 10 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 50 | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de investigación cualitativa suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | 50 | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | 10 | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | 10 | % |
| 5 | Focus Group | | % |
| 6 | Análisis contenidos | 30 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de investigación preliminar o de investigación evaluativa posterior, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica. Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que SI han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de investigación preliminar?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que SI han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de investigación evaluativa posterior?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de investigación preliminar?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de investigación evaluativa posterior?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

8. La investigación preliminar de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

9. La investigación evaluativa posterior de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa %
- 2 Cuantitativa %
- 3 Ambas %

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de investigación preliminar indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

- 1 De Percepciones %
- 2 De Opiniones %
- 3 De Actitudes %

Auditorías de Relaciones Públicas:

- 4 Audit "Publicity" %
- 5 Audit Eventos %
- 6 Audit "Lobbying" %
- 7 Audit Com. Interna %
- 8 Audit Clima laboral %
- 9 Audit Cult. Corporat. %
- 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
- 11 Audit Crisis %
- 12 Audit Flujos Comunic %

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de investigación evaluativa posterior indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

- 1 De Percepciones %
- 2 De Opiniones %
- 3 De Actitudes %

Auditorías de Relaciones Públicas:

- 4 Audit "Publicity" %
- 5 Audit Eventos %
- 6 Audit "Lobbying" %
- 7 Audit Com. Interna %
- 8 Audit Clima laboral %
- 9 Audit Cult. Corporat. %
- 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
- 11 Audit Crisis %
- 12 Audit Flujos Comunic %

12. ¿Qué tipo de técnicas de investigación cualitativa suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

- 1 Entrevistas libres %
- 2 Entrevistas en profundidad %
- 3 Entrevistas semi estructuradas %
- 4 Reuniones de grupo de discusión libre %
- 5 Focus Group %
- 6 Análisis contenidos %

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing escrito?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de investigación preliminar o de investigación evaluativa posterior, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un briefing de investigación escrito?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

Muchas gracias

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica. Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ¿ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

¿Qué es planificación estratégica?

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

- 1 Ninguno
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%
- 4 Entre 21% y 30%
- 5 Entre 31% y 40%
- 6 Entre 41% y 50%
- 7 Entre 51% y 60%
- 8 Entre 61% y 70%
- 9 Entre 71% y 80%
- 10 Entre 81% y 90%
- 11 Entre 91% y 100%

No sé responder. El concepto de planificación no

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | | |
|----|------------------|--------------------------|---|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | Alguno lo pide, pero no me sirve en porcentaje. S |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | | |
|----|------------------|--------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | | |
|----|------------------|--------------------------|---|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | El objetivo del que siempre se ha hablado es un 1 |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | | |
|----|------------------|--------------------------|---|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | No suele haber presupuestos diferenciados. El cc está incluido en los fees. |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 40 | % |
| 2 | Cuantitativa | 60 | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 60 | % |
| 2 | Cuantitativa | 40 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 33 | % |
| 2 | De Opiniones | 33 | % |
| 3 | De Actitudes | 33 | % |

| | | | |
|---|---------------------------------|----|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 20 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | 10 | % |
| 11 | Audit Crisis | 15 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 10 | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

| | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----|---|
| Auditorías de Imagen Pública: | | | |
| 1 | De Percepciones | 60 | % |
| 2 | De Opiniones | 40 | % |
| 3 | De Actitudes | | % |

| | | | |
|---|---------------------------------|----|---|
| Auditorías de Relaciones Públicas: | | | |
| 4 | Audit "Publicity" | | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 20 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | 10 | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | 10 | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | 10 | % |
| 11 | Audit Crisis | 10 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | 15 | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | 20 | % |
| 3 | Entrevistas semi-estructuradas | 15 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | 5 | % |

| | | | |
|---|---------------------|----|---|
| 5 | Focus Group | 25 | % |
| 6 | Análisis contenidos | 30 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

Muchas gracias

Esta encuesta es totalmente anónima y ha sido creada para llevar a cabo el trabajo de campo de una tesis doctoral. Su finalidad, por lo tanto, es meramente académica.

Consta tan solo de un total de 14 preguntas cerradas.

No le llevará más de 5 minutos completarla.

POR FAVOR: PARA RESPONDER, ESCRIBA UNA "X" EN EL ESPACIO ENMARCADO SITUADO A LA DERECHA DE LA RESPUESTA ELEGIDA Y/O EL DATO SOLICITADO EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

1. En su agencia ofrecen Uds. servicios de consultoría en planificación estratégica a sus clientes?

SI NO

2. ¿Qué porcentaje de sus clientes estima que han demandado servicios de planificación estratégica en los últimos 5 años?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

3. Y en los últimos 12 meses, ¿qué porcentaje de sus clientes estima Ud. que han demandado servicios de planificación estratégica?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

5. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SI** han demandado sus servicios de planificación estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación preliminar**?

| | | | |
|----|------------------|-------------------------------------|--|
| 1 | Ninguno | <input type="checkbox"/> | |
| 2 | Menos del 10% | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 3 | Entre 11% y 20% | <input type="checkbox"/> | |
| 4 | Entre 21% y 30% | <input type="checkbox"/> | |
| 5 | Entre 31% y 40% | <input type="checkbox"/> | |
| 6 | Entre 41% y 50% | <input type="checkbox"/> | |
| 7 | Entre 51% y 60% | <input type="checkbox"/> | |
| 8 | Entre 61% y 70% | <input type="checkbox"/> | |
| 9 | Entre 71% y 80% | <input type="checkbox"/> | |
| 10 | Entre 81% y 90% | <input type="checkbox"/> | |
| 11 | Entre 91% y 100% | <input type="checkbox"/> | |

7. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

| | | | |
|----|------------------|---|--|
| 1 | Ninguno | | |
| 2 | Menos del 10% | X | |
| 3 | Entre 11% y 20% | | |
| 4 | Entre 21% y 30% | | |
| 5 | Entre 31% y 40% | | |
| 6 | Entre 41% y 50% | | |
| 7 | Entre 51% y 60% | | |
| 8 | Entre 61% y 70% | | |
| 9 | Entre 71% y 80% | | |
| 10 | Entre 81% y 90% | | |
| 11 | Entre 91% y 100% | | |

8. La **investigación preliminar** de un programa o campaña realizado por su agencia, suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | 60 | % |
| 2 | Cuantitativa | 10 | % |
| 3 | Ambas | | % |

9. La **investigación evaluativa posterior** de un programa o campaña realizado por su agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

| | | | |
|---|--------------|----|---|
| 1 | Cualitativa | | % |
| 2 | Cuantitativa | 60 | % |
| 3 | Ambas | | % |

10. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación preliminar** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|----|---|
| 1 | De Percepciones | 50 | % |
| 2 | De Opiniones | 40 | % |
| 3 | De Actitudes | 20 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 70 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | 30 | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 90 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

11. Por favor, indique si suelen emplear alguna de las tipologías de **investigación evaluativa posterior** indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:

| | | | |
|---|-----------------|---|---|
| 1 | De Percepciones | | % |
| 2 | De Opiniones | | % |
| 3 | De Actitudes | 5 | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

| | | | |
|---|---------------------|----|---|
| 4 | Audit "Publicity" | 80 | % |
| 5 | Audit Eventos | | % |
| 6 | Audit "Lobbying" | | % |
| 7 | Audit Com. Interna | | % |
| 8 | Audit Clima laboral | | % |

| | | | |
|----|---------------------------------|----|---|
| 9 | Audit Cult. Corporat. | | % |
| 10 | Audit de Sentido de Pertenencia | | % |
| 11 | Audit Crisis | 70 | % |
| 12 | Audit Flujos Comunic | | % |

12. ¿Qué tipo de técnicas de **investigación cualitativa** suelen utilizar? Indique, también, si es tan amable, los porcentajes promedio aproximados:

| | | | |
|---|---------------------------------------|----|---|
| 1 | Entrevistas libres | | % |
| 2 | Entrevistas en profundidad | | % |
| 3 | Entrevistas semi estructuradas | 90 | % |
| 4 | Reuniones de grupo de discusión libre | 1 | % |
| 5 | Focus Group | 20 | % |
| 6 | Análisis contenidos | 20 | % |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | |
| 3 | Entre 11% y 20% | X |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

14. En el caso de llevar a cabo algún tipo de **investigación preliminar** o de **investigación evaluativa posterior**, sus clientes acostumbran a realizar entrega previa de un **briefing** de investigación escrito?

| | | |
|----|------------------|---|
| 1 | Ninguno | |
| 2 | Menos del 10% | X |
| 3 | Entre 11% y 20% | |
| 4 | Entre 21% y 30% | |
| 5 | Entre 31% y 40% | |
| 6 | Entre 41% y 50% | |
| 7 | Entre 51% y 60% | |
| 8 | Entre 61% y 70% | |
| 9 | Entre 71% y 80% | |
| 10 | Entre 81% y 90% | |
| 11 | Entre 91% y 100% | |

Muchas gracias