

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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Ambas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Ambas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 De Opiniones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 De Actitudes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 10 | | |

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

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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 De Opiniones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 De Actitudes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 10 | | |

- Auditorías de Relaciones Públicas:*
- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| 4 Audit "Publicity" | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 5 Audit Eventos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 6 Audit "Lobbying" | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 7 Audit Com. Interna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 8 Audit Clima laboral | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 9 Audit Cult. Corporat. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 10 Audit de Sentido de Pertenencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 11 Audit Crisis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 12 Audit Flujos Comunic | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 30 | | |

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

- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|---|
| 1 Entrevistas libres | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 Entrevistas en profundidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Entrevistas semi estructuradas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 4 Reuniones de grupo de discusión libre | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 5 Focus Group | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 6 Análisis de contenido | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 50 | | |
| | 35 | | |
| | 80 | | |

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumbra 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 acostumbra 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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Ambas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| | 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 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Ambas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |

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:

Página 25

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%	

Página 26

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%	

Página 27

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%	

Página 28

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	
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%	

Alguno lo pide, pero no me sirve en porcentaje. S

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%	

El objetivo del que siempre se ha hablado es un 1

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%	

No suele haber presupuestos diferenciados. El cc está incluido en los fees.

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	
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%	

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%	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 **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%	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%	

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%	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	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