

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
- 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%

Página 1

- 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 | 10 | % |
| 2 Cuantitativa | 30 | % |
| 3 Ambas | 10 | % |

Página 2

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 | 40 | % |
| 3 Ambas | 20 | % |

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 | 40 | % |
| 2 De Opiniones | 20 | % |
| 3 De Actitudes | 20 | % |
- Auditorías de Relaciones Públicas:**
- | | | |
|------------------------------------|----|---|
| 4 Audit "Publicity" | 20 | % |
| 5 Audit Eventos | 10 | % |
| 6 Audit "Lobbying" | | % |
| 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 | 20 | % |

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 | 5 | % |
| 2 Entrevistas en profundidad | 40 | % |
| 3 Entrevistas semi-estructuradas | | % |
| 4 Reuniones de grupo de discusión libre | | % |
| 5 Focus Group | | % |

Página 3

- | | | |
|-----------------------|----|---|
| 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%
- 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. 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
- 2 Menos del 10%

Página 4

- 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%
- 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

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%

X

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%

X

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
 - 3 De Actitudes

20	%
80	%
	%

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

100	%
	%
	%
	%
	%

- 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

20	%
80	%
	%
70	%
20	%
	%
	%
	%
	%
	%
	%
	%
10	%

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

	%
	%
100	%
	%
	%
	%

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%

- 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

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
- 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%

X

- 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%

Página 9

- 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

Página 10

- 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.

Página 11

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
- 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 12

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	<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	<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"/>

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"/>	%
2	Cuantitativa	<input type="checkbox"/>	%
3	Ambas	<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):

Página 13

1	Cualitativa	<input type="checkbox"/>	%
2	Cuantitativa	<input type="checkbox"/>	%
3	Ambas	<input type="checkbox"/>	%
		50	%
		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	<input type="checkbox"/>	%
2	De Opiniones	<input type="checkbox"/>	%
3	De Actitudes	<input type="checkbox"/>	%
		80	%
		20	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	<input type="checkbox"/>	%
5	Audit Eventos	<input type="checkbox"/>	%
6	Audit "Lobbying"	<input type="checkbox"/>	%
7	Audit Com. Interna	<input type="checkbox"/>	%
8	Audit Clima laboral	<input type="checkbox"/>	%
9	Audit Cult. Corporat.	<input type="checkbox"/>	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	<input type="checkbox"/>	%
11	Audit Crisis	<input type="checkbox"/>	%
12	Audit Flujos Comunic	<input type="checkbox"/>	%
		100	%

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"/>	%
2	De Opiniones	<input type="checkbox"/>	%
3	De Actitudes	<input type="checkbox"/>	%
		80	%
		20	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

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"/>	%
2	Entrevistas en profundidad	<input type="checkbox"/>	%
3	Entrevistas semi estructuradas	<input type="checkbox"/>	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	<input type="checkbox"/>	%
5	Focus Group	<input type="checkbox"/>	%
6	Análisis contenidos	<input type="checkbox"/>	%
		60	%
		40	%

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

Página 14

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 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"/>

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. 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"/>

Página 15

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"/>

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 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"/>

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	<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 **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	<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"/>

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**?

Página 16

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		%

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		%
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		%

11	Pertenencia		%
12	Audit Crisis	30	%
	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		%
11	Pertenencia		%
12	Audit Crisis		%
	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	50	%
2	Entrevistas en profundidad	50	%
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%	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?

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

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	
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%	

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 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%	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 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%	

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%	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%

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 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.
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
- 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 %

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	100	%
3	De Actitudes	100	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	85	%
7	Audit Com. Interna	95	%
8	Audit Clima laboral	100	%
9	Audit Cult. Corporat.	100	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	95	%
11	Audit Crisis	100	%
12	Audit Flujos Comunic	100	%

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

1	Entrevistas libres	100	%
2	Entrevistas en profundidad	100	%
3	Entrevistas semi estructuradas	90	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	100	%
5	Focus Group	100	%
6	Análisis contenidos	100	%

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%	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%	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.

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	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

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	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%	

4. ¿Qué porcentaje de los clientes que **SÍ** han demandado sus servicios de planifica-

ción 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	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%	

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	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%	

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

1	Cualitativa	30	%
2	Cuantitativa	70	%
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	30	%
2	De Opiniones	50	%
3	De Actitudes	20	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	80	%
5	Audit Eventos	60	%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral	60	%
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	50	%
2	Entrevistas en profundidad		%
3	Entrevistas semi estructuradas	70	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	50	%

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%	X
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. 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	
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%	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 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%	X
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%	
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%	

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	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	90	%
2	De Opiniones	90	%
3	De Actitudes	90	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	70	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	90	%
8	Audit Clima laboral	50	%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis		%
12	Audit Flujos Comunic	80	%

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	100	%
3	De Actitudes	100	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral	100	%
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	100	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	100	%
5	Focus Group	100	%
6	Análisis contenidos	100	%

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%
- 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. 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
- 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 de-

mandado 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
 - 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 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.

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
- 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

Página 41

- 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%

Página 42

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	90	%
3	Ambas	60	%

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	90	%
3	Ambas	60	%

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	40	%
2	De Opiniones	40	%
3	De Actitudes	30	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	5	%
5	Audit Eventos	5	%
6	Audit "Lobbying"	20	%
7	Audit Com. Interna	30	%
8	Audit Clima laboral	15	%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	5	%
11	Audit Crisis	5	%
12	Audit Flujos Comunic.	5	%

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	50	%
2	De Opiniones	20	%
3	De Actitudes	30	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

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

1	Entrevistas libres	10	%
---	--------------------	----	---

Página 43

2	Entrevistas en profundidad	15	%
3	Entrevistas semi-estructuradas	30	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	10	%
5	Focus Group	20	%
6	Análisis contenidos	15	%

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.

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?

Página 44

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	50	%
2 Cuantitativa	50	%
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	50	%
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	25	%
2 De Opiniones	25	%
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		%
9 Audit Cult. Corporat.	25	%
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	25	%
2 De Opiniones	25	%
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		%
9 Audit Cult. Corporat.	25	%
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	10	%
2 Entrevistas en profundidad	10	%
3 Entrevistas semi estructuradas	25	%
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 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 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. 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
- 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 de-

mandado 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 %
 - 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 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. 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 *co*frece Ud. 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	20	%
2	Cuantitativa	80	%
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:

<i>Auditorías de Imagen Pública:</i>			
1	De Percepciones	20	%
2	De Opiniones	40	%
3	De Actitudes	0	%

<i>Auditorías de Relaciones Públicas:</i>			
4	Audit "Publicity"	20	%
5	Audit Eventos	80	%
6	Audit "Lobbying"	0	%
7	Audit Com. Interna	60	%
8	Audit Clima laboral	60	%
9	Audit Cult. Corporat.	70	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	0	%
11	Audit Crisis	40	%
12	Audit Flujos Comunic	0	%

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:

<i>Auditorías de Imagen Pública:</i>			
1	De Percepciones	30	%
2	De Opiniones	60	%
3	De Actitudes		%

<i>Auditorías de Relaciones Públicas:</i>			
4	Audit "Publicity"	10	%
5	Audit Eventos	10	%
6	Audit "Lobbying"	0	%
7	Audit Com. Interna	70	%
8	Audit Clima laboral	60	%
9	Audit Cult. Corporat.	60	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	0	%
11	Audit Crisis	40	%
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	10	%
---	--------------------	----	---

2	Entrevistas en profundidad	50	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	40	%
5	Focus Group	60	%
6	Análisis contenidos	60	%

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumban 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 acostumban 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

Lo peor es funcionar sin un briefing. Las cargas de trabajo de algunos PMI impiden la elaboración de un buen briefing que nos ayude a dar con una buena planificación preliminar. La necesidad de identificar el receptor es importantísima y la mayoría de las veces se delega a la agencia esta misión sin presupuesto asignado para ello, partidas subutilizadas con "sin coste". La identificación de algunos targets es complicada y se cada vez es más necesario agencias que se dediquen a localizarlos al margen de la agencia de publicidad y de la central de medios. La investigación evaluativa posterior, es muchas veces valorada sólo por el incremento en la venta. En un buen swing de golf hay que terminar el golpe, en este caso, la mayoría de las veces no nos paramos ni a mirar dónde va la bola.

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 CASSILLA 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 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 pre-*

eliminar indicadas a continuación, así como su porcentaje aproximado de utilización:

Auditorías de Imagen Pública:		
1	De Percepciones	<input checked="" type="checkbox"/> %
2	De Opiniones	<input checked="" type="checkbox"/> %
3	De Actitudes	<input checked="" type="checkbox"/> %

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

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

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"/> %
2	Entrevistas en profundidad	<input checked="" type="checkbox"/> 80 %
3	Entrevistas semi estructuradas	<input checked="" type="checkbox"/> 20 %
4	Reuniones de grupo de discusión libre	<input type="checkbox"/> %
5	Focus Group	<input type="checkbox"/> %
6	Análisis contenidos	<input checked="" type="checkbox"/> 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%
- 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.

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
- 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 100 %
- 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 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 %
 - 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. 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
- 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	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		%
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	10	%
2	Entrevistas en pro-	10	%

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

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%		

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

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%		

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%		

3	fundidad		%
3	Entrevistas semi-estructuradas	10	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	70	%

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

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

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	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%		

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		%
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	10	%
2	Entrevistas en profundidad	10	%
3	Entrevistas semi estructuradas	10	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	70	%

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

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	X	NO
----	---	----

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

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%	

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

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%	

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...

ma o campaña suelen asignar sus clientes a algún tipo de **investigación evaluativa posterior**?

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%	

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

1	Cualitativa	X	%
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		%
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		%

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	80	%
2	Entrevistas en profundidad	20	%
3	Entrevistas semi estructuradas	10	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	90	%

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

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	
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%	
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%	

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%	X
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%	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%	

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%	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%	

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	50	%
2	De Opiniones	10	%
3	De Actitudes	40	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

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	25	%
2	De Opiniones	25	%
3	De Actitudes	25	%

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	50	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%

5	Focus Group	100	%
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%	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	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

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	
---	---------	--

Página 77

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%	

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%	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%	

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%	

Página 78

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	100	%
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	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	80	%
2	De Opiniones	20	%
3	De Actitudes		%
Auditorías de Relaciones Públicas:			
4	Audit "Publicity"	100	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna		%

Página 79

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	100	%
2	De Opiniones		%
3	De Actitudes		%
Auditorías de Relaciones Públicas:			
4	Audit "Publicity"	100	%
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	100	%

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**?

Página 80

- 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

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
- 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%

X

Página 81

- 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%

X

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%

X

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%

X

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

--

Página 82

- 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

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 %

Página 83

- 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%

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

Esta encuesta es totalmente anónima y

Página 84

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
- 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%

Página 85

- 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 10 %
- 2 Cuantitativa 90 %
- 3 Ambas %

9. La investigación evaluativa posterior de un programa o campaña realizado por su

Página 86

agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

- 1 Cualitativa 10 %
- 2 Cuantitativa 10 %
- 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" 60 %
 - 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 40 %

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" 60 %
 - 5 Audit Eventos 50 %
 - 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 45 %

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

- 1 Entrevistas libres 25 %
- 2 Entrevistas en profundidad %
- 3 Entrevistas semi estructuradas %
- 4 Reuniones de grupo de discusión libre %
- 5 Focus Group 5 %
- 6 Análisis contenidos 85 %

Página 87

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.
 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
- 2 Menos del 10%
- 3 Entre 11% y 20%

Página 88

- 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 %
 - 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 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. 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? (sólo tenemos una antigüedad de 18 meses)

- 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%	X
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%	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%	

Página 93

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	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		%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	60	%
8	Audit Clima laboral	80	%
9	Audit Cult. Corporat.	30	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	80	%
11	Audit Crisis		%
12	Audit Flujos Comunic	60	%

80% (dentro de Clima)

60% (Dentro de Com. Int.)

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	60	%
8	Audit Clima laboral	80	%
9	Audit Cult. Corporat.	30	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	80	%

Página 94

11	Audit Crisis		%
12	Audit Flujos Comunic	60	%

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

1	Entrevistas libres	33	%
2	Entrevistas en profundidad	33	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group	33	%
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%	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. Muchas gracias por su amable colaboración.

Página 95

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

¿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	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%	

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

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%	

¿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	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%	

¿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**?

Página 96

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"/>

¿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 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"/>

¿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 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"/>

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"/>	%

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"/>	%

Página 97

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

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

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

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

¿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"/>	%
2	Entrevistas en profundidad	<input type="checkbox"/>	%
3	Entrevistas semi estructuradas	<input type="checkbox"/>	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	<input type="checkbox"/>	%
5	Focus Group	<input type="checkbox"/>	%
6	Análisis contenidos	<input type="checkbox"/>	%

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"/>

Página 98

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"/>

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 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"/>

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.

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 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"/>

Página 99

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 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 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	<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"/>

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	<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"/>
4	Entre 21% y 30%	<input type="checkbox"/>
5	Entre 31% y 40%	<input type="checkbox"/>

Página 100

- 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 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.

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
- 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	50	%
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		%
2	De Opiniones	65	%
3	De Actitudes	35	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos	60	%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	30	%
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	70	%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	30	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	70	%
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%	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

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	
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%	

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%	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%	

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%	X
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%	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%	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		%
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	%
3	De Actitudes	%

Auditorías de Relaciones Públicas:		
4	Audit "Publicity"	80 %
5	Audit Eventos	50 %
6	Audit "Lobbying"	%
7	Audit Com. Interna	20 %
8	Audit Clima laboral	10 %
9	Audit Cult. Corporat.	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	%
11	Audit Crisis	80 %
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	40 %
6	Análisis contenidos	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%	
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%	

Página 109

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%	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%	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

Página 111

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%	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%	

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.

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	
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%	

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

Página 110

ma o campaña suelen asignar sus clientes a 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%	

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	%
3	De Actitudes	%

Auditorías de Relaciones Públicas:		
4	Audit "Publicity"	%
5	Audit Eventos	100 %
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: _____

Página 112

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos	85	%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	5	%
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		%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	20	%
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%	
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%	
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%	

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.

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?

SÍ 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%	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%	

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	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%	

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	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%	

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	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%	

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		%
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"		%
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	50	%
2	De Opiniones	50	%
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	33	%
2	Entrevistas en profundidad	33	%
3	Entrevistas semi estructuradas	33	%
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 [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

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 [X] 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%

ma 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. [%]

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%

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 [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%

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 [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%

6. ¿Podría Ud. especificar qué parte del total del presupuesto destinado a un programa o campaña...

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 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% [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%
- 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. 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
- 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%

Página 121

- 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%

Página 122

- 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 %

Página 123

- 11 Pertenencia %
- 12 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.

Página 124

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

¿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%	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%	

¿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%	

¿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%	

¿Qué porcentaje de los clientes que SI han demandado sus servicios de planificación

ción estratégica estima Ud. que han dedicado una parte del total de su presupuesto a realizar algún tipo de investigación evaluativa posterior?

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%	

¿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%	

¿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	70	%
2	Cuantitativa		%
3	Ambas		%

¿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	70	%
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		%
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		%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	10	%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	90	%

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%	

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.

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	
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 20 %
- 2 Cuantitativa 80 %
- 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 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 25 %
 - 2 De Opiniones 25 %
 - 3 De Actitudes 25 %

- Auditorías de Relaciones Públicas:**
- 4 Audit "Publicity" %
 - 5 Audit Eventos %
 - 6 Audit "Lobbying" 25 %
 - 7 Audit Com. Interna %
 - 8 Audit Clima laboral %
 - 9 Audit Cult. Corporat. %
 - 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
 - 11 Audit Crisis 30 %
 - 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 15 %
 - 2 De Opiniones 15 %
 - 3 De Actitudes 15 %

- Auditorías de Relaciones Públicas:**
- 4 Audit "Publicity" %
 - 5 Audit Eventos %
 - 6 Audit "Lobbying" 30 %
 - 7 Audit Com. Interna %
 - 8 Audit Clima laboral %
 - 9 Audit Cult. Corporat. %
 - 10 Audit de Sentido de Pertenencia %
 - 11 Audit Crisis 30 %
 - 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 25 %
- 3 Entrevistas semi-estructuradas %
- 4 Reuniones de grupo de discusión libre %
- 5 Focus Group 40 %
- 6 Análisis contenidos 50 %

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. 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
- 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

ción 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%

X

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%

X

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%

X

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%

X

Página 133

- 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	%
30	%
20	%

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

75	%
25	%
	%

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

40	%
60	%
	%

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

	%
	%
	%
20	%
70	%
	%
	%
	%
10	%
	%

A menudo la comunicación interna que

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

	%
	%
	%
30	%
70	%
	%
	%
	%
	%
	%

Página 134

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

	%
20	%
	%
10	%
50	%
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%
- 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

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**

Página 135

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 **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%

X

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

--

Página 136

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%	

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	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	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 utiliza-

ción:

<i>Auditorías de Imagen Pública:</i>		
1	De Percepciones	50 %
2	De Opiniones	50 %
3	De Actitudes	

<i>Auditorías de Relaciones Públicas:</i>		
4	Audit "Publicity"	
5	Audit Eventos	10 %
6	Audit "Lobbying"	
7	Audit Com. Interna	30 %
8	Audit Clima laboral	
9	Audit Cult. Corporat.	60 %
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:

<i>Auditorías de Imagen Pública:</i>		
1	De Percepciones	50 %
2	De Opiniones	50 %
3	De Actitudes	

<i>Auditorías de Relaciones Públicas:</i>		
4	Audit "Publicity"	
5	Audit Eventos	60 %
6	Audit "Lobbying"	
7	Audit Com. Interna	20 %
8	Audit Clima laboral	
9	Audit Cult. Corporat.	20 %
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	30	%
2	Entrevistas en profundidad	40	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
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%	
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%	

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%	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%	

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.

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	
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%	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	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%	

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	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%

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="text" value="80"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 3 Ambas | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

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="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 2 Cuantitativa | <input type="text" value="80"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 3 Ambas | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

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="text" value="50"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 2 De Opiniones | <input type="text" value="50"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 3 De Actitudes | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

- Auditorías de Relaciones Públicas:
- | | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|---|
| 4 Audit "Publicity" | <input type="text" value="100"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 5 Audit Eventos | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 6 Audit "Lobbying" | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 7 Audit Com. Interna | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 8 Audit Clima laboral | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 9 Audit Cult. Corporat. | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 10 Audit de Sentido de Pertenencia | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 11 Audit Crisis | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 12 Audit Flujos Comunic | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

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="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 2 De Opiniones | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 3 De Actitudes | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

Auditorías de Relaciones Públicas:

- | | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|---|
| 4 Audit "Publicity" | <input type="text" value="100"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 5 Audit Eventos | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 6 Audit "Lobbying" | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 7 Audit Com. Interna | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 8 Audit Clima laboral | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 9 Audit Cult. Corporat. | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 10 Audit de Sentido de Pertenencia | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 11 Audit Crisis | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 12 Audit Flujos Comunic | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |

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="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 2 Entrevistas en profundidad | <input type="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 3 Entrevistas semi estructuradas | <input type="text" value=""/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 4 Reuniones de grupo de discusión libre | <input type="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 5 Focus Group | <input type="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |
| 6 Análisis contenidos | <input type="text" value="20"/> | <input type="text" value=""/> | % |

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. 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
- 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	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	25	%
2	De Opiniones	50	%
3	De Actitudes	50	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	10	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	50	%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	50	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	80	%
12	Audit Flujos Comunic	50	%

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	25	%
2	De Opiniones	50	%
3	De Actitudes	50	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	10	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	50	%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	50	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	80	%
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		%
2	Entrevistas en pro-		%

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%	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%	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%	X
4	Entre 21% y 30%	
5	Entre 31% y 40%	
6	Entre 41% y 50%	

3	fundidad		%
	Entrevistas semi-estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	50	%
5	Focus Group	50	%
6	Análisis contenidos		%

13. En el caso de prestar servicios de consultoría de planificación estratégica, sus clientes acostumban 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%	X
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 acostumban 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%	X
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. 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 CILLA CORRESPONDIENTE**

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

SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	-------------------------------------	----	--------------------------

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	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%	

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	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	33	%
2	De Opiniones	33	%
3	De Actitudes	33	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	85	%
---	-------------------	----	---

5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	15	%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	25	%
12	Audit Flujos Comunic	15	%

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	33	%
2	De Opiniones	33	%
3	De Actitudes	33	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	80	%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	10	%
7	Audit Com. Interna		%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	20	%
12	Audit Flujos Comunic	20	%

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

1	Entrevistas libres	80	%
2	Entrevistas en profundidad	80	%
3	Entrevistas semi estructuradas	5	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	15	%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos	50	%

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*

ción 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.

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	X	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%	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%	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 *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%	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	80	%
3	Ambas	10	%

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	80	%
3	Ambas	10	%

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"	60	%
5	Audit Eventos	10	%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
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		%
2	De Opiniones		%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	60	%
---	-------------------	----	---

5	Audit Eventos	10	%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	10	%
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	50	%
6	Análisis contenidos	50	%

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%	
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%	

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.

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	
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%	

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%	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%	
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%	
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		%

9. La *investigación evaluativa posterior* de un programa o campaña realizado por su

agencia suele ser mayoritariamente (indique, asimismo, el porcentaje aproximado):

1	Cualitativa	70	%
2	Cuantitativa	30	%
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	10	%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	10	%
7	Audit Com. Interna	30	%
8	Audit Clima laboral	20	%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	10	%
12	Audit Flujos Comunic	20	%

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	10	%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	10	%
7	Audit Com. Interna	30	%
8	Audit Clima laboral	20	%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	10	%
12	Audit Flujos Comunic	20	%

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	30	%
3	Entrevistas semi estructuradas	30	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	20	%
5	Focus Group	10	%
6	Análisis contenidos	10	%

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

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

¿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%	

Página 157

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%	

¿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%	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%	

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

1	Cualitativa	30	%
2	Cuantitativa	70	%
3	Ambas		%

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

1	Cualitativa	30	%
2	Cuantitativa	70	%
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	10	%
2	De Opiniones	10	%
3	De Actitudes	10	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	5	%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de		%

Página 159

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%	

¿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%	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 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%	

¿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%	

¿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**?

Página 158

Pertenencia		%
11 Audit Crisis	5	%
12 Audit Flujos Comunic	5	%

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	5	%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	10	%
5	Focus Group	10	%
6	Análisis contenidos	20	%

¿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%	X
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%	X
3	Entre 11% y 20%	
4	Entre 21% y 30%	

Página 160

- 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. 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
- 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 161

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%

Página 162

- 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

Página 163

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. 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

Página 164

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%	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 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	
---	---------	--

Página 165

ción:

Auditorías de Imagen Pública:

1	De Percepciones	20	%
2	De Opiniones	60	%
3	De Actitudes	20	%

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	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	20	%
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	10	%
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	10	%
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	10	%
2	Entrevistas en profundidad	10	%
3	Entrevistas semi estructuradas	40	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group	40	%
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%	

Página 167

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	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	100	%
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 utiliza-

Página 166

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. 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	
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 168

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
 - 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 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. 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
- 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%	<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"/>

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 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"/>

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"/>
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"/>

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 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"/>

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="text" value="40"/>	<input type="text" value=""/>
2	Cuantitativa	<input type="text" value="40"/>	<input type="text" value=""/>
3	Ambas	<input type="text" value="80"/>	<input type="text" value=""/>

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="text" value="80"/>	<input type="text" value=""/>
2	Cuantitativa	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value=""/>
3	Ambas	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

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="text" value="60"/>	<input type="text" value=""/>
2	De Opiniones	<input type="text" value="20"/>	<input type="text" value=""/>
3	De Actitudes	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	<input type="text" value="50"/>	<input type="text" value=""/>
5	Audit Eventos	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value=""/>
6	Audit "Lobbying"	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
7	Audit Com. Interna	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
8	Audit Clima laboral	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
9	Audit Cult. Corporat.	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
10	Audit de Sentido de Pertenencia	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
11	Audit Crisis	<input type="text" value="80"/>	<input type="text" value=""/>
12	Audit Flujos Comunic.	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

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="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
2	De Opiniones	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
3	De Actitudes	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	<input type="text" value="80"/>	<input type="text" value=""/>
5	Audit Eventos	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
6	Audit "Lobbying"	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
7	Audit Com. Interna	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
8	Audit Clima laboral	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
9	Audit Cult. Corporat.	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
10	Audit de Sentido de Pertenencia	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
11	Audit Crisis	<input type="text" value="60"/>	<input type="text" value=""/>
12	Audit Flujos Comunic.	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>

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="text" value="30"/>	<input type="text" value=""/>
---	--------------------	---------------------------------	-------------------------------

2	Entrevistas en profundidad	<input type="text" value="30"/>	<input type="text" value=""/>
3	Entrevistas semi estructuradas	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
4	Reuniones de grupo de discusión libre	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value=""/>
5	Focus Group	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value=""/>
6	Análisis contenidos	<input type="text" value="20"/>	<input type="text" value=""/>

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 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"/>

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.

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 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"/>

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 type="checkbox"/>
9	Entre 71% y 80%	<input checked="" 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 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"/>

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 checked="" type="checkbox"/>

- 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |

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

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"/> | % |

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"/> | % |

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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 3 Entrevistas semi estructuradas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 4 Reuniones de grupo de discusión libre | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 5 Focus Group | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |
| 6 Análisis contenidos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | % |

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

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
- 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 50 %

2 Cuantitativa 50 %

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 50 %

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	25	%
2	De Opiniones	50	%
3	De Actitudes	25	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	10	%
5	Audit Eventos	20	%
6	Audit "Lobbying"	5	%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral	10	%
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	25	%
2	De Opiniones	50	%
3	De Actitudes	25	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	10	%
5	Audit Eventos	20	%
6	Audit "Lobbying"	5	%
7	Audit Com. Interna	10	%
8	Audit Clima laboral	10	%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	10	%
11	Audit Crisis	15	%
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	25	%
2	Entrevistas en profundidad	15	%
3	Entrevistas semi-estructuradas	15	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	15	%
5	Focus Group	15	%
6	Análisis contenidos	15	%

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. 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

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	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	50	%
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	80	%
2	De Opiniones	20	%
3	De Actitudes		%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"		%
7	Audit Com. Interna	70	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	10	%
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	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		%

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

1	Entrevistas libres	100	%
2	Entrevistas en profundidad		%
3	Entrevistas semi estructuradas		%
4	Reuniones de grupo		%

Página 185

	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%	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

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	
2	Menos del 10%	

Página 186

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%	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	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%	

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	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%	

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**?

Página 187

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	20	%
2	Cuantitativa	50	%
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	50	%
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		%
2	De Opiniones	50	%
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.	20	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis		%

Página 188

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	50	%
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.	20	%
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	50	%
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	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%	

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%	

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%	X
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%	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%	

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%	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%	

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. 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	
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%	X
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**?

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	70	%
2	Cuantitativa	30	%
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"	50	%
5	Audit Eventos	10	%
6	Audit "Lobbying"	10	%
7	Audit Com. Interna	10	%
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	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	33	%
2	De Opiniones	33	%
3	De Actitudes	33	%

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	10	%
9	Audit Cult. Corporat.	10	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	10	%
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	30	%
2	Entrevistas en profundidad	10	%
3	Entrevistas semi estructuradas	10	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	10	%
5	Focus Group	10	%
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%	
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%	

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%	X
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. 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	
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%	

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%	X
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%	
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%	
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	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	40	%

3	De Actitudes		%
Auditorías de Relaciones Públicas:			
4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	20	%
7	Audit Com. Interna	20	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	20	%
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	20	%
3	De Actitudes		%
Auditorías de Relaciones Públicas:			
4	Audit "Publicity"		%
5	Audit Eventos		%
6	Audit "Lobbying"	20	%
7	Audit Com. Interna	20	%
8	Audit Clima laboral		%
9	Audit Cult. Corporat.		%
10	Audit de Sentido de Pertenencia		%
11	Audit Crisis	20	%
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	50	%
4	Reuniones de grupo de discusión libre		%
5	Focus Group		%
6	Análisis contenidos		%
7	otras propias	50	%

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%	X

10 Entre 81% y 90%

11 Entre 91% y 100% **Contestación al briefing que nosotros prepar**

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% **idem anterior**

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. 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

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

Página 197

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 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 40 %

3 De Actitudes %

Auditorías de Relaciones Públicas:

4 Audit "Publicity" %

5 Audit Eventos %

6 Audit "Lobbying" 20 %

7 Audit Com. Interna 20 %

8 Audit Clima laboral %

9 Audit Cult. Corporat. %

10 Audit de Sentido de Pertenencia %

11 Audit Crisis 20 %

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 %

Página 199

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%

Página 198

Auditorías de Relaciones Públicas:

4 Audit "Publicity" %

5 Audit Eventos %

6 Audit "Lobbying" 20 %

7 Audit Com. Interna 20 %

8 Audit Clima laboral %

9 Audit Cult. Corporat. %

10 Audit de Sentido de Pertenencia %

11 Audit Crisis 20 %

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 50 %

4 Reuniones de grupo de discusión libre %

5 Focus Group %

6 Análisis contenidos %

7 Metodologías Propias 50 %

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

Página 200

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. Y 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 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"/>

3. 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 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"/>

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"/>
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"/>

Página 201

8	Entre 61% y 70%	<input type="checkbox"/>
9	Entre 71% y 80%	<input checked="" 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 checked="" 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"/>
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"/>

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 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"/>

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"/>	%
2	Cuantitativa	<input type="checkbox"/>	%
3	Ambas	<input checked="" type="checkbox"/>	100

Página 202

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"/>	%
2	Cuantitativa	<input type="checkbox"/>	%
3	Ambas	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	50	%
2	De Opiniones	<input type="checkbox"/>	10	%
3	De Actitudes	<input type="checkbox"/>	40	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

4	Audit "Publicity"	<input type="checkbox"/>		%
5	Audit Eventos	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%
6	Audit "Lobbying"	<input type="checkbox"/>		%
7	Audit Com. Interna	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%
8	Audit Clima laboral	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%
9	Audit Cult. Corporat.	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%
10	Audit de Sentido de Pertenencia	<input type="checkbox"/>		%
11	Audit Crisis	<input type="checkbox"/>		%
12	Audit Flujos Comunic	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%

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 checked="" type="checkbox"/>	25	%
2	De Opiniones	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%
3	De Actitudes	<input checked="" type="checkbox"/>	25	%

Auditorías de Relaciones Públicas:

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

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"/>		%
2	Entrevistas en profundidad	<input checked="" type="checkbox"/>	50	%
3	Entrevistas semi estructuradas	<input type="checkbox"/>		%
4	Reuniones de grupo de discusión libre	<input type="checkbox"/>		%

Página 203

5	Focus Group	<input checked="" type="checkbox"/>	100	%
6	Análisis contenidos	<input type="checkbox"/>		%

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 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"/>

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 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"/>

Muchas gracias

Página 204