



Notícias, case studies, artigos de opinião e muito mais.

# Webletter

## 2018 FEIEA Grand Prix

As suas melhores práticas de Comunicação Interna ainda podem ser submetidas à edição de 2018 do FEIEA Grand Prix até ao dia 15 de setembro.

A APCE é filada da Associação Europeia de Comunicação Interna, há longos anos, e os projetos portugueses têm mostrado uma qualidade muito elevada, tendo a comprovado os inúmeros prémios já alcançados nos últimos anos.

Não deixe passar esta oportunidade, e esteja entre os melhores da comunicação interna da Europa!

Saiba mais no [website da FEIEA](#) e veja o [vídeo](#) exclusivo ao Grand Prix.



## Estudo Europeu sobre Comunicação Interna

Dada a relevância deste estudo promovido pela FEIEA - European Association for Internal Communication, e já noticiado pela APCE, voltamos ao tema com síntese das principais questões nele revolvidas.

Relembreamos que o mesmo foi elaborado pela ASCAI - Associação Italiana para a Promoção da Comunicação Interna, com coordenação do Prof. Roberto Nelli, e sob supervisão científica da Universidade Católica de Milão, uma das mais proeminentes universidades Europeias, com longa experiência e sólida reputação no campo da pesquisa em Comunicação.

### Education



O estudo identificou que a maioria dos inquiridos eram diretores de departamento, com idades entre os 41 e os 50 anos, todos com o ensino superior e 70% dos inquiridos tinham, pelo menos, 10 anos de experiência em comunicação interna. Também é de salientar que 70% dos inquiridos eram mulheres.

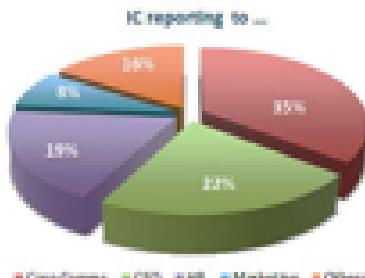
O estudo demonstra que existe uma crescente importância dada à comunicação interna, o que influencia o crescimento do orçamento (25,9%) ou a consolidação do mesmo (46%) para a função. Contudo, 48,6% dos inquiridos concorda que o investimento continua a ser fraco, especialmente quando não há apoio do top management.

### Average number of employees in IC department

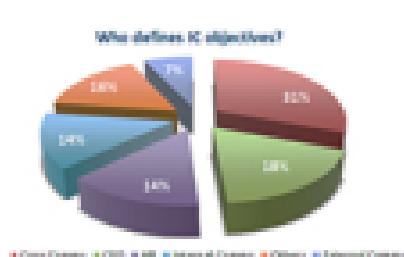


Também é importante considerar que 30% das empresas aumentaram o número de colaboradores dentro do departamento de comunicação interna nos últimos três anos ou preveem aumentar o número de colaboradores nos próximos três anos. Quando o preenchimento do inquérito, 41% dos inquiridos tinham 2 a 3 colaboradores no departamento. Neste mesmo âmbito, 29% responderam que têm apenas uma pessoa alocada para a comunicação interna.

Apesar de não se fazerem representar nos quadros executivos, 22% dos inquiridos reportam ao CEO, um número que tem vindo a crescer. Comparativamente, 35% responderam que reportam ao gabinete de comunicação, 35%



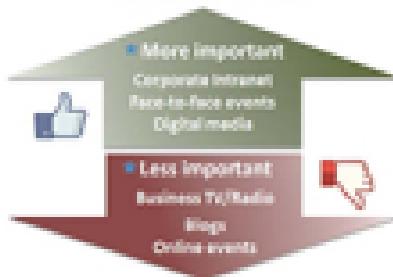
reportam ao diretor de comunicação corporativa e 19% reportam aos recursos humanos.



A definição de objetivos é feita pelos responsáveis de comunicação corporativa (31%) e pelo CEO (18%). O estudo constatou que os três objetivos principais das empresas são:

- 1) Promover e divulgar a identidade e cultura corporativa;
- 2) Comunicar os resultados e as estratégias da empresa;
- 3) Motivar e promover a participação dos colaboradores.

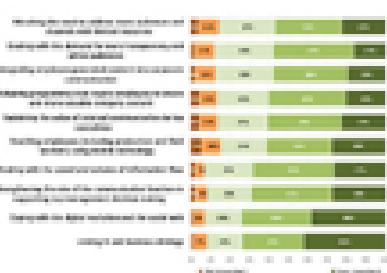
### IC channels and tools



Os canais de comunicação mais relevantes são a Intranet (74%), os eventos presenciais (73%), como, por exemplo, reuniões, conferências e seminários, mídias digitais (60%), como revistas online e webinars, e imprensa tradicional (43%). Os canais considerados menos importantes foram a TV/Rádio institucional, blogs e eventos online.

No que diz respeito à avaliação, o estudo concluiu que existe um foco maior em avaliar a frequência do uso dos meios, do que avaliar a qualidade dos processos de comunicação. Apenas 36% dos inquiridos responderam que as suas empresas avaliam a sua comunicação interna.

Os inquiridos consideraram que a comunicação interna irá ganhar mais importância nos próximos três anos. Essa relevância estará associada ao papel de suporte prestado à tomada de decisão pelo top management. Para além disto, é pertinente criar programas que aumentem o engajamento dos colaboradores dentro da empresa.



Os maiores desafios apresentados para o futuro da comunicação interna são o acompanhamento da evolução digital, lidar com o fluxo e grandes quantidades de informação, a ligação entre a comunicação interna e as estratégias de negócios e fortalecer o papel da comunicação interna no processo de decisão.

O estudo teve uma amostra de 443 empresas europeias, com mais de 500 colaboradores, sendo 74% de serviços e 25% provenientes do sul da Europa.

Pode consultar o relatório completo, coordenado pelo Prof. Roberto Nelli, [aqui](#). Está também disponível o [resumo executivo](#) desta pesquisa.