

# Comunicación interna: **tendencias 2023-2024**

¿Qué rumbo está tomando en la actualidad y cómo puede moldear el futuro de las organizaciones y del entorno laboral?

Laura.Verazzi@Averar.es





**Laura Verazzi** es especialista en Comunicación Interna.

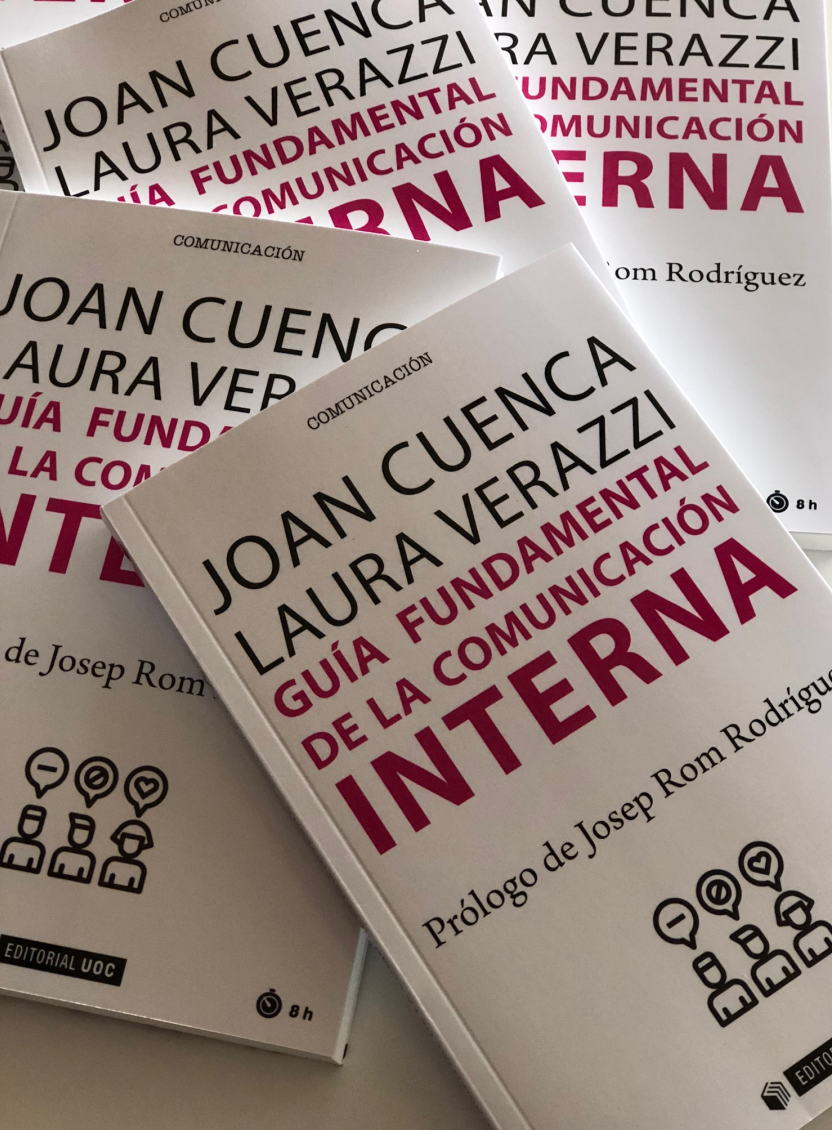
Ha creado **Averar**, un proyecto de consultoría en comunicación interna y cultura, con sede en Barcelona, después de más de diez años de experiencia como directora en su consultora Vector C Comunicación Interna que ha cofundado en Buenos Aires y que se especializa en la disciplina.

Es speaker y autora, una de las principales divulgadoras de Comunicación Interna de la actualidad. Además de participar en diversos artículos especializados y congresos, es coautora de **tres libros de comunicación interna**, publicados por Editorial UOC: «Guía fundamental de la Comunicación Interna» (2018), «Comunicación Interna Total» (2020) y «Comunicación Interna de Pandemia» (2021). Dos de ellos son parte de la colección DIRCOM y están avalados por el sello de calidad de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Todos, hoy, son material académico para estudios avanzados de la disciplina.

Es cofundadora de **DIRCI**, la asociación española de Directivos y Referentes de Comunicación Interna.

Es docente. Se desempeña como formadora en empresas, instituciones educativas y universidades (en másteres universitarios de UOC, Blanquerna y UJI).





**CUENCA, J.; VERAZZI, L. (2018).** Guía fundamental de la comunicación interna. Barcelona: UOC.



**CUENCA, J.; VERAZZI, L. (2020).** Comunicación interna total. Estrategia, prácticas y casos. Barcelona: UOC.



**VERAZZI, L.; et alt. (2021).** Comunicación interna de pandemia. Casos y aprendizajes de una crisis sin precedentes. Barcelona: UOC.





**RESEARCH & DATA**

Estudio DIRCI, 2023

# Prospectiva de la Comunicación Interna en España

La visión de la dirección general

**dirci** ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS Y REFERENTES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Estado de la Comunicación Interna 2023

Dialenga

## El impacto de la Comunicación Interna en la Experiencia de Empleado

Con la colaboración de

SINGULAR ESUE CENTRHO

DW DIAGNÓSTICO DATAS CI 2023

## Del mundo híbrido al METAVERSO y la INTELIGENCIA ARTIFICIAL

EDICIÓN 7

# EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2023

LOOKING BACK AND AHEAD:  
15 YEARS OF RESEARCH ON STRATEGIC COMMUNICATION.

ORGANISED BY: EACD EXPRES

PARTNERS: CISION Fink & Fuchs

# IC 2023 INDEX

The voice of UK employees helping to inform strategic choices across internal communication

Institute of Internal Communication Ipsos KARLIANIBOX

Gallagher

## State of the Sector 2022/23

Internal Communication and Employee Experience  
Findings from the 2022/23 survey – UK Edition

— 2023 —  
WORKFORCE TRENDS REPORT SERIES

ec OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN INTERNA

ATREVIA ie BUSINESS SCHOOLS ILLA LEY

## ESTUDIO SOBRE MEDICIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Consejo Asesor: BBVA DKV endesa NOVARTIS Diced

Junio de 2023

## Report: Global State of Internal Communications 2023



# Email remains the most relied-upon and preferred internal channel

It's all about the type and the talk: emails and 1-2-1s with line managers still come out on top as the most popular communication channels.

No estaba muerto, estaba de parranda.

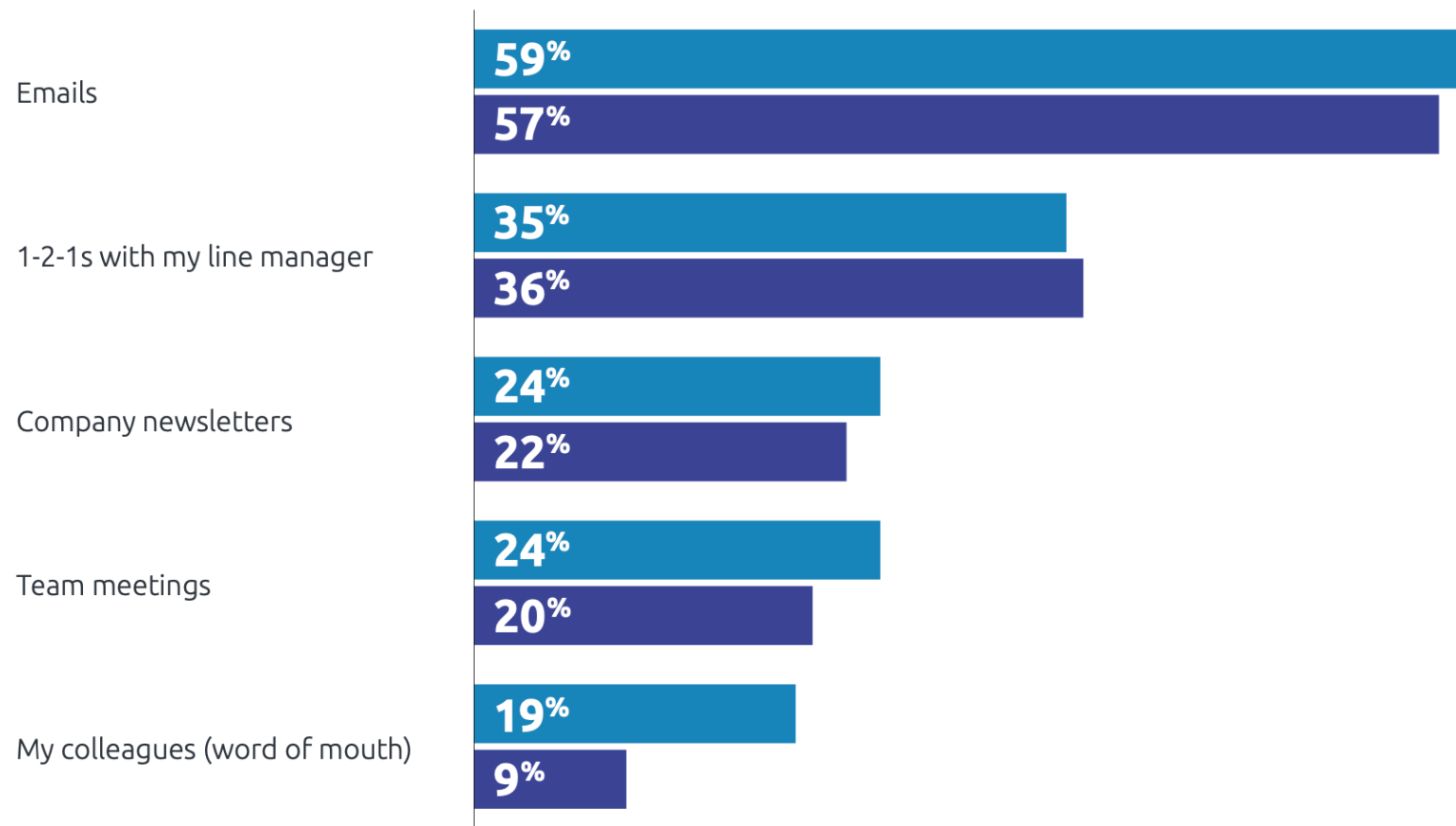
El uso del mail como canal de comunicación vuelve a estar en el primer lugar (aunque solo para la distribución de mensajes masivos).



## Top 5 most relied-upon vs. preferred channels

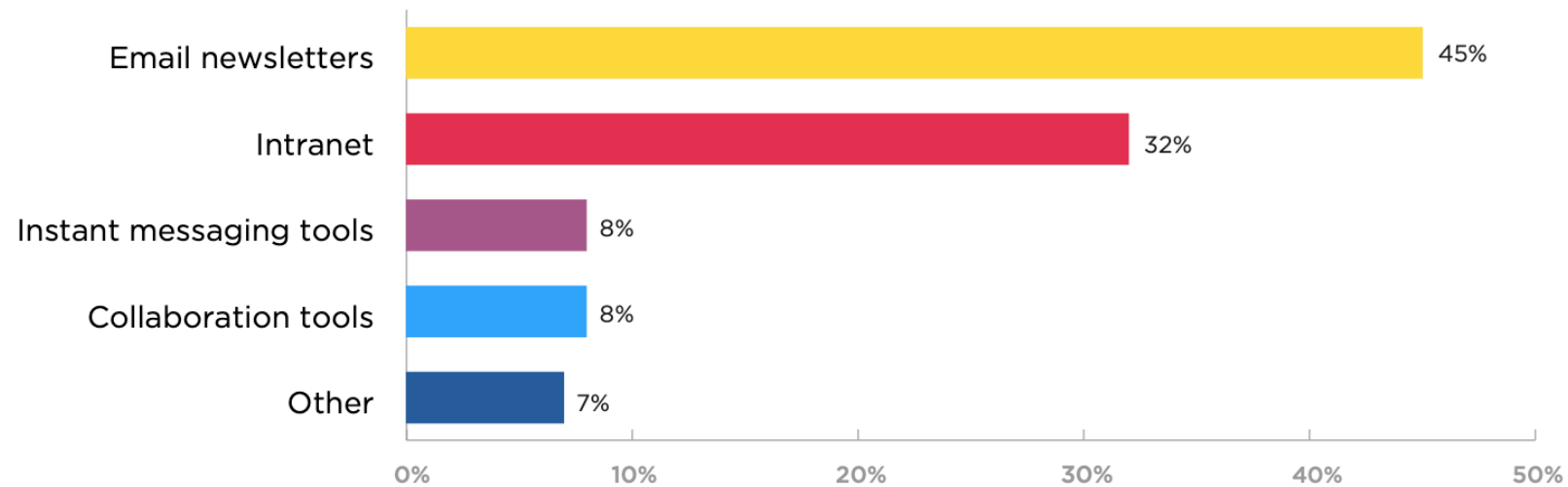
Which of the following do you currently most rely on and prefer to receive general news and updates about or from your employer? (Top mentions)

Key: ■ Rely on ■ Prefer





**Q. Which of the following do you rely on the most for your internal communications?**



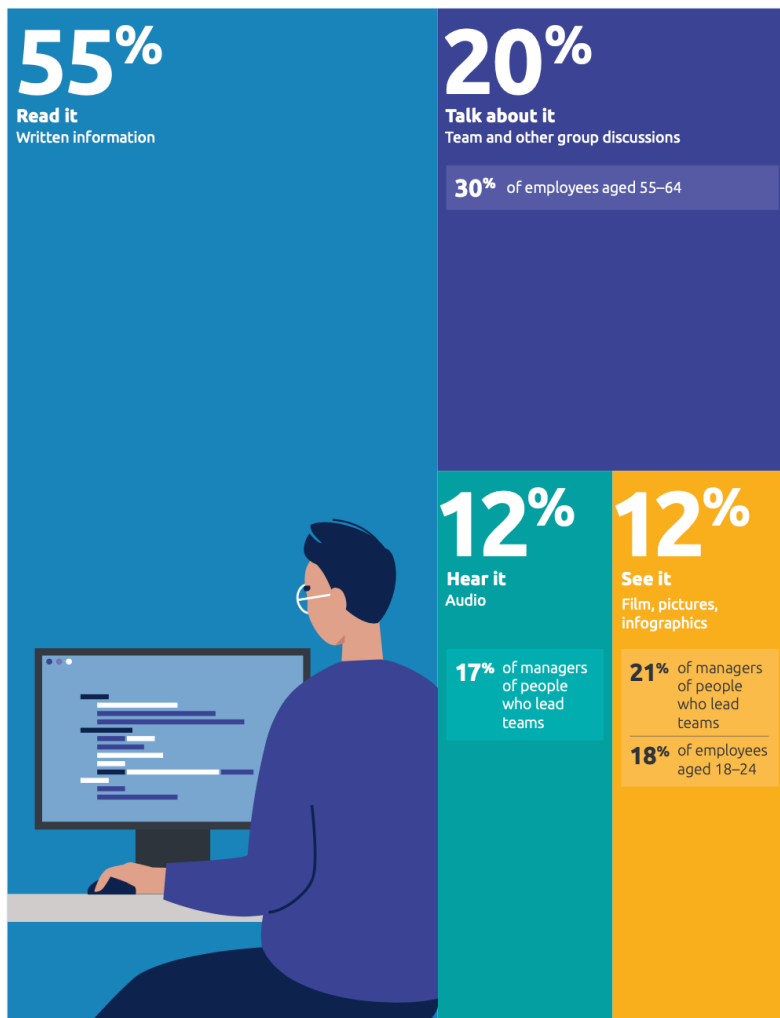
*Email newsletters and intranet are the most popular internal communications channels*



# El tiempo real pierde la batalla.

## Over 50% of respondents most prefer to read information

If you had a choice, what is your MAIN preference for how you access information about your employer's priorities and plans?



## Only precious minutes each day to reach and engage employees

Thinking about most work days, how much time do you spend reading / viewing news and updates from your employer about the organisation and its priorities?



**25%**  
None – hardly any time

**7%**  
30-60 minutes a day

**43%**  
Up to 15 minutes a day

**2%**  
Over an hour a day

**23%**  
15-30 minutes a day

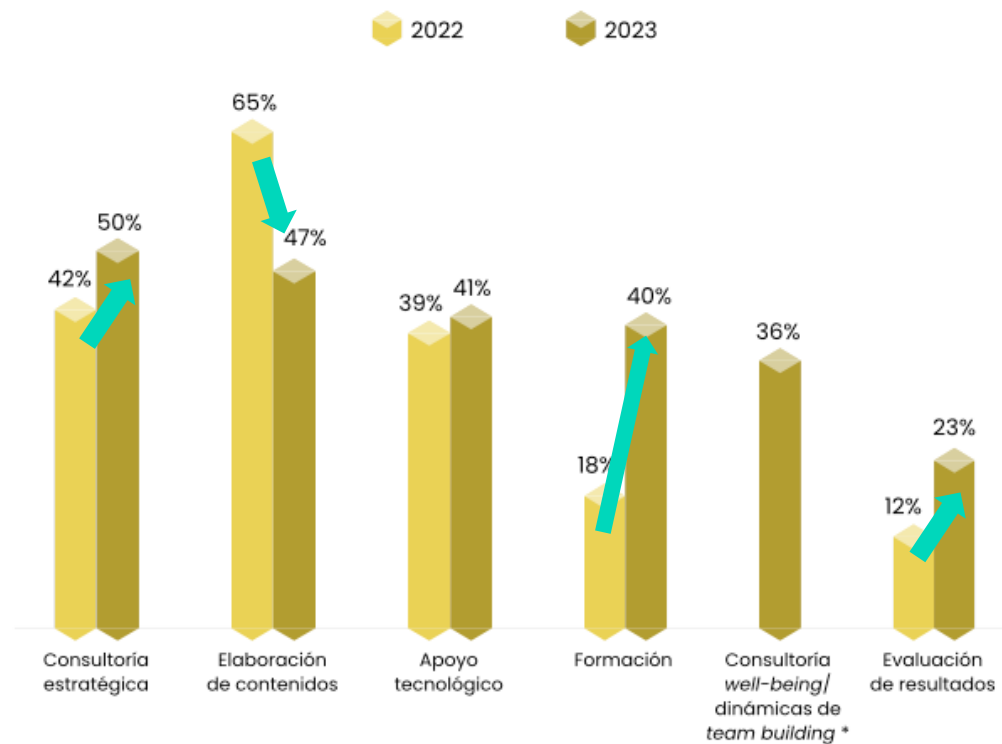
## ¿Qué plataforma colaborativa o red social se usa en tu empresa?



# Nos eligen para las tareas más estratégicas

## Tareas desempeñadas por profesionales externos

Para esta pregunta se permiten múltiples opciones



\* No existe el dato para el año 2022



**AUDITS DE COMUNICACIÓN INTERNA. TENDENCIA TOTAL.**

“El área de Comunicación Interna debe liderar la escucha activa entre los empleados y proveer de esta información a la dirección porque es importante para el proceso de toma de decisiones tácticas y estratégicas o de planificación.”



### **DIRCI 2023.**

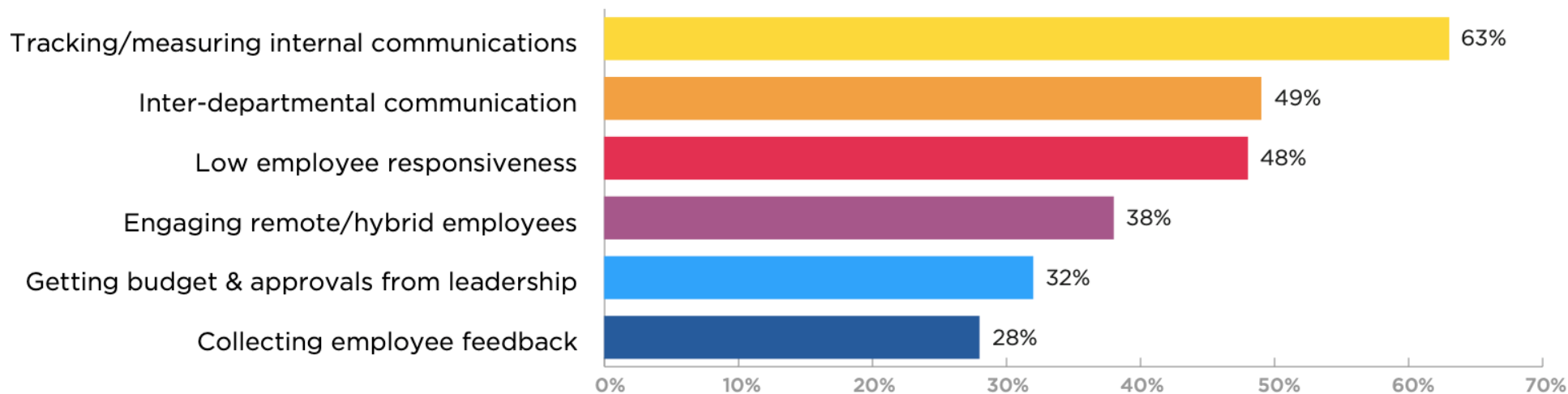
Prospectiva de la Comunicación Interna en España. La visión de la dirección general.

## PROBLEMA:

**61%** de Dircoms señalaron que uno de los principales problemas era la **"dificultad para medir el impacto de la comunicación"**. (y **22%** dijeron "el principal problema").

*2023 PRWeek & Cision Global Comms Report*

## Q. What are the main internal communications challenges you face?



*Tracking and measuring internal communications remains the internal communications challenge for three consecutive years*



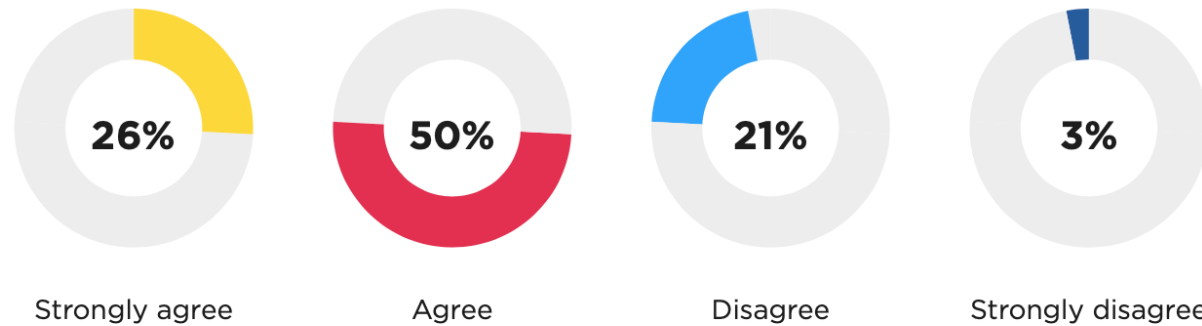




**Open rate & click rate:** With email being the most common communication channel among internal communicators, email open rates and click rates are the best way to prove impact for 56% of survey respondents, 64% of whom rely on these metrics as their top KPI.



**Q. “It is difficult to showcase the impact of internal communications in my organization”. To what extent do you agree with this statement?**



Interestingly, 50% of internal communicators agree and 26% strongly agree that it is difficult to showcase the impact of internal communications. This is an understandable scenario as internal communicators influence various stages of the employee experience through varying channels, which can be difficult to quantify.



“[CEOs] admiten que no han determinado ni exigen indicadores de medida de la gestión de la comunicación interna .”



**DIRCI 2023.**

Prospectiva de la Comunicación Interna en España. La visión de la dirección general.

# Las auditorías están cada vez más solicitadas

The image displays a sequence of 24 numbered slides from an internal communication audit report. The slides are arranged in a 4x6 grid and cover the following sections:

- Slide 1:** Cover page with the Averar logo and the title 'Auditoría de Comunicación interna. Informe.'.
- Slide 2:** Introduction to the audit, including the title and a brief description of the study.
- Slide 3:** 'Contenidos del informe' (Contents of the report) with a table of contents.
- Slide 4:** 'Objetivos. Qué se propone este estudio' (Objectives. What is proposed in this study).
- Slide 5:** 'Ficha técnica - Estudio cuantitativo' (Technical sheet - Quantitative study) with a table of key data.
- Slide 6:** 'Ficha técnica - Estudio cualitativo' (Technical sheet - Qualitative study) with a table of key data.
- Slide 7:** 'Interpretación de datos' (Data interpretation) with a bar chart showing percentages.
- Slide 8:** 'Distribución de la muestra' (Sample distribution) with a table showing the breakdown of participants.
- Slide 9:** 'PERCEPCIÓN GENERAL' (General perception) with a graphic of a hand pointing to stars.
- Slide 10:** 'Valoración general media' (General average rating) with a bar chart showing scores for different categories.
- Slide 11:** 'Características CI por perfil' (CI characteristics by profile) with a table showing scores for various communication indicators.
- Slide 12:** 'Características CI' (CI characteristics) with a table showing scores for various communication indicators.
- Slide 13:** '[CUAL] Debilidades de la CI' (Qualitative weaknesses of CI) with a table of findings.
- Slide 14:** '[CUAL] Debilidades de la CI' (Qualitative weaknesses of CI) with a table of findings.
- Slide 15:** '[CUAL] Debilidades de la CI' (Qualitative weaknesses of CI) with a table of findings.
- Slide 16:** '[CUAL] Debilidades de la CI' (Qualitative weaknesses of CI) with a table of findings.
- Slide 17:** '[CUAL] Debilidades de la CI' (Qualitative weaknesses of CI) with a table of findings.
- Slide 18:** '[CUAL] Fortalezas de la CI' (Qualitative strengths of CI) with a table of findings.
- Slide 19:** 'Temas de Interés' (Topics of interest) with a table of key findings.
- Slide 20:** 'Temas de Interés' (Topics of interest) with a table of key findings.
- Slide 21:** 'Temas de Interés' (Topics of interest) with a table of key findings.
- Slide 22:** 'Relación con los temas' (Relation with topics) with a table showing correlations.
- Slide 23:** 'Relación con los temas' (Relation with topics) with a table showing correlations.
- Slide 24:** '[CUAL] Más sobre Focos (PRO)' (Qualitative more about focus areas) with a table of findings.



**CAMBIO. LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO HERRAMIENTA.**

# 2022 priorities

In line with the past five editions of the Sector, 'Engaging people around purpose, strategy and values' remained the number-one priority for more than half (53%) of the world's organisations, a result consistent throughout all geographies and organisations, reminding us that this is the very essence of internal communication.

But, because we saw significant changes in responses this year, this is where the communication has gone before stops:

- 'Adapting channel strategy to hybrid working' (new to this year's survey) came in as the second highest priority, with around 2 in 5 respondents (39%) saying this will be a priority for their organisation.
- 'Enhancing people manager communication' made it into the top three for the first time ever with 31% — even though it was considered to be a lower priority in organisations with 10,000+ employees.
- By contrast, 'Enhancing leadership visibility' scored a lot lower this year. While it was consistently in the top three priorities between 2016 and 2019, it only made it to sixth place this time around — a notable drop when you consider that our last report named increased leadership visibility as a positive side effect of the pandemic.

Las empresas se estaban revisando, después del gran impacto de la COVID.

Por ello se ha trabajado mucho en cocreación de valores, redacción de propósito, etc.



# 2023 priorities

We asked respondents to identify their top three priorities for 2023.

Engaging people around purpose, strategy and values remains the number one priority for 51% of organisations regardless of size or geography with similar scores across the board. This top result is consistent with the previous six editions of our report.

By contrast, adapting channel strategy to hybrid working dropped significantly from last year's number two spot, with fewer than 1 in 5 respondents classing it as a priority. Instead, developing or refreshing our internal communication strategy jumped 9 points from last year to take second place with 35% — indicating a perceived need to recalibrate communications.

Results for enhancing people manager communication also echoed last year's report, placing it third with 32%. Scores for developing or refreshing employee value proposition also mirrored last year's score at 21% — only 2% down from 2021.

Este proceso no ha terminado



**TABLA #1**

COMPARACIÓN DE LAS FUNCIONES EN LA ACTUALIDAD Y EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

## ACT 2024

Comunicación online, social media	57,5 %	53,4 %
Relaciones con los medios	55,3 %	21,3 %
Comunicación interna, gestión del cambio	30,8 %	42,5 %
Estrategia y coordinación de la función de comunicación	27,0 %	13,8 %
Marketing, marca, comunicación con el consumidor	19,5 %	18,5 %
Relaciones con el gobierno, asuntos públicos, lobbying	17,8 %	26,0 %
Comunicación de crisis	15,0 %	20,0 %
Responsabilidad social corporativa, desarrollo sostenible	14,8 %	42,0 %
Eventos	14,2 %	4,0 %
Diseño corporativo, gráficos, fotografía	9,0 %	3,3 %
Relaciones con la comunidad	8,0 %	14,8 %
Consultoría, asesoramiento, coaching, gestión de cuentas de clientes clave (internamente/externamente)	7,8 %	5,8 %
Monitorización, medición, evaluación	6,8 %	14,8 %
Comunicación internacional	6,5 %	5,8 %
Sponsoring, patrocinio y mecenazgo	1,8 %	2,8 %
Comunicación financiera, relaciones con los inversores	0,8 %	4,9 %

Las tres funciones que tendrán un mayor desarrollo en los próximos tres años, según estiman los profesionales, son:

- Comunicación online y a través de los social media
- Comunicación interna y la gestión del cambio
- Responsabilidad Social Corporativa y desarrollo sostenible





# 2022 prior

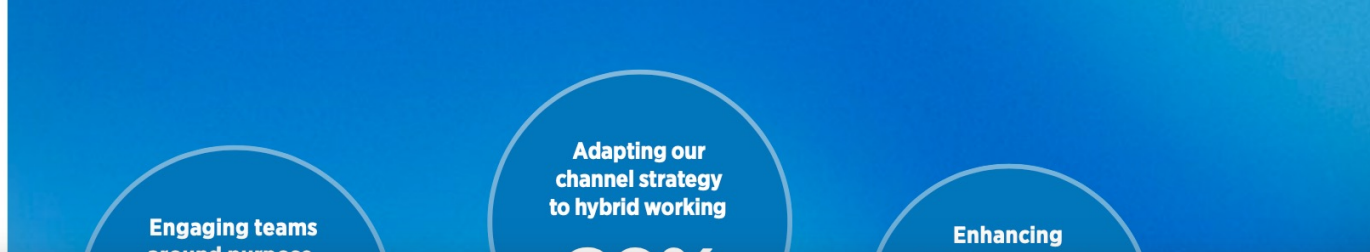
In line with the past five years of the Sector, 'Engaging purpose, strategy and values' was a number-one priority for 53% of the world's organisations, a result consistent through all geographies and organisations, reminding us that this is the essence of internal communication.

But, because we saw significant changes in responses this year, this is where we see what has gone before stops:

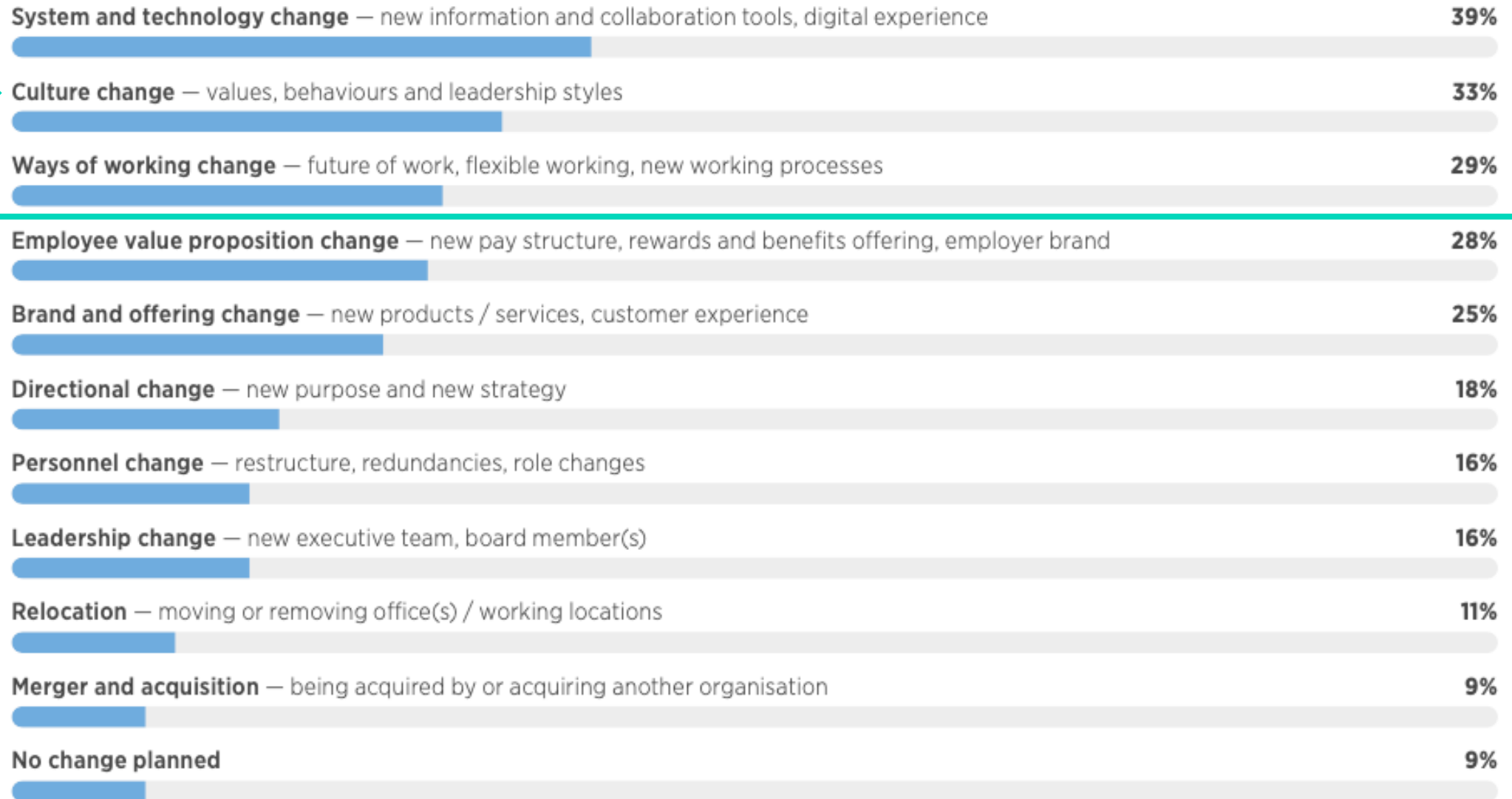
- 'Adapting channel strategy to this year's survey) came in as a top priority, with around 2 in 5 respondents saying this will be a priority in 2022.
- 'Enhancing people management' moved it into the top three for the first time at 31% — even though it was consistently a top priority in organisations with high employee engagement.
- By contrast, 'Enhancing leadership visibility' scored a lot lower this year than it has consistently in the top three. In 2016 and 2019, it only made it into the top five, but in 2020 and 2021, it made time around — a notable difference from our last report named increased leadership visibility as a positive side effect of the pandemic.

## What, if any, change programmes does your organisation have planned for 2022?

	Overall
Process / ways of working change — future of work, flexible working, new ways of working	56%
Culture change — values, behaviours and leadership styles	39%
System and technology change — new information and collaboration tools, digital experience	36%
Directional change — new purpose and new strategy	22%
Personnel change — restructure, redundancies, role changes	22%
Brand and offering change — new products / services, customer experience	21%
Leadership change — new executive team, board member(s)	19%
Relocation change — moving or removing office(s) / working locations	12%
Merger and acquisition — being acquired by or acquiring another organisation	11%
No change planned	7%

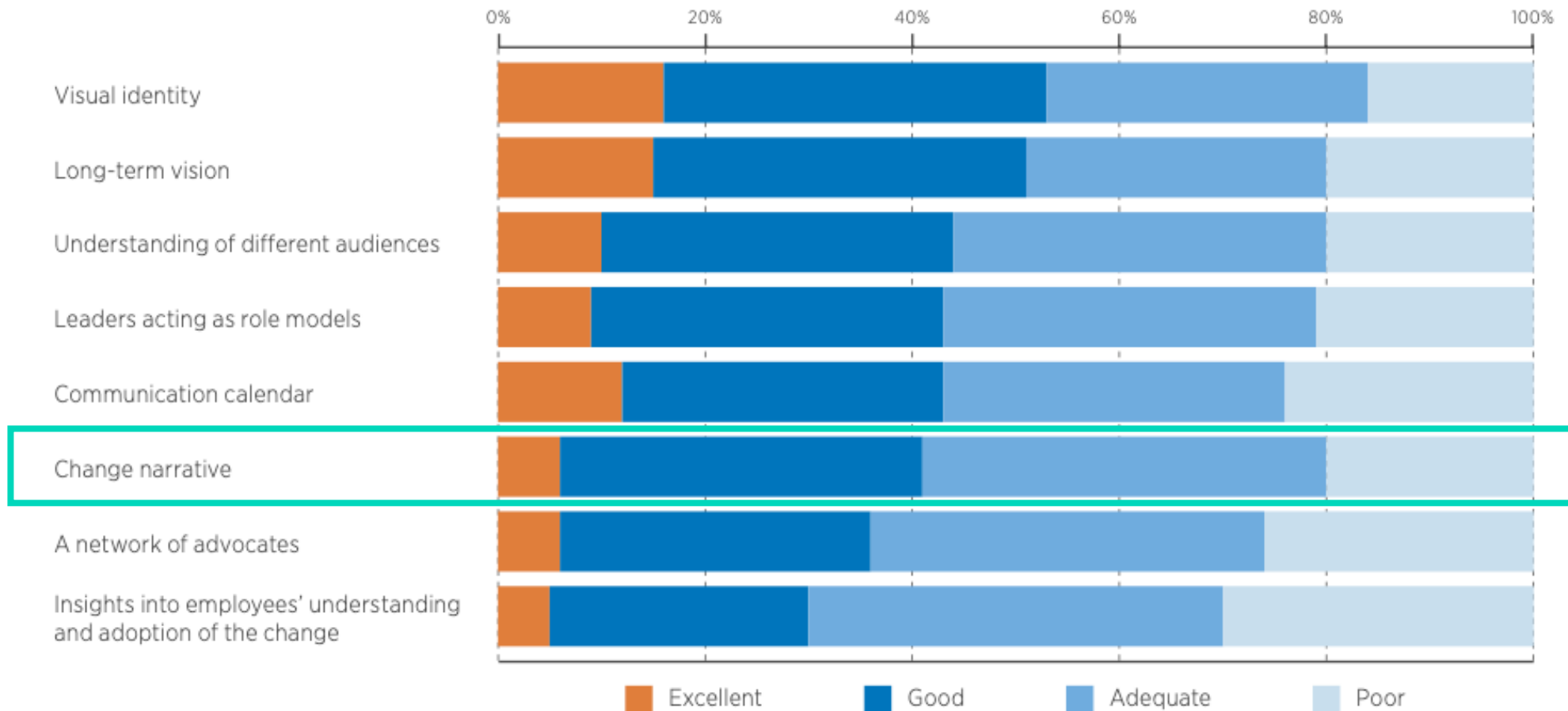


## What, if any, change programmes does your organisation have planned for 2023?



# Hay trabajo pendiente...

**When it comes to communicating change, how would you rate your organisation's ability to implement the following?**





CULTURA

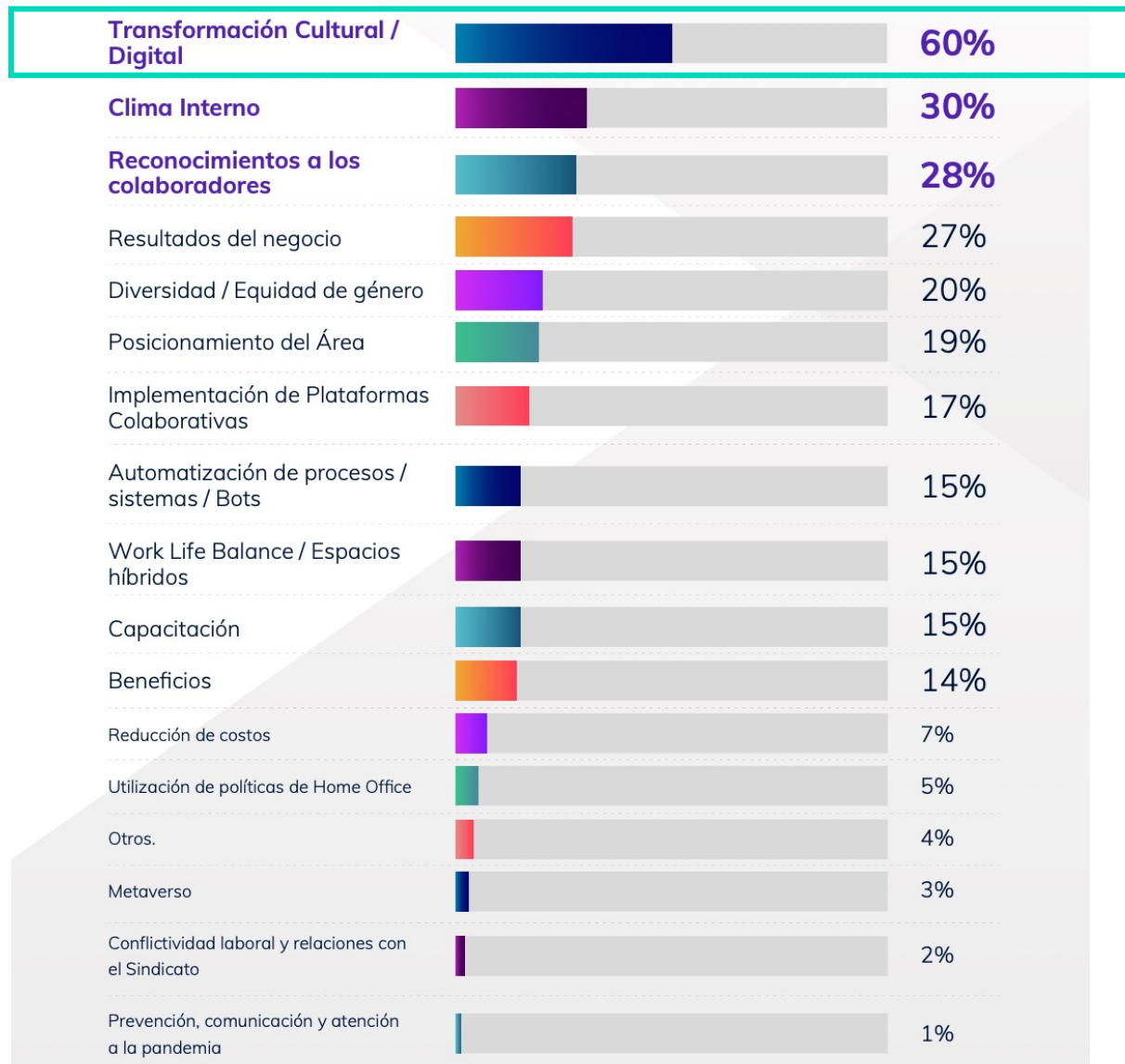
**CULTURA. EL GRAN FOCO.**

## What is the purpose of internal communication in your organisation?

	Overall	By organisation size (Number of employees)				
		Small (1-499)	Medium (500-1,499)	Large (1,500-5,000)	Very large (5,000-10,000)	Enterprise (10,000+)
<b>Culture and belonging</b> Creating an inclusive workplace where employees feel valued and energised	<b>74%</b>	70%	79%	77%	69%	75%
<b>Strategic alignment</b> Creating clarity around your strategy and create a sense of ownership	<b>67%</b>	56%	71%	73%	78%	77%
<b>Organisational agility</b> Supporting the adoption of new behaviours, systems and processes	<b>47%</b>	46%	49%	46%	52%	47%
<b>Risks</b> Managing specific risks, e.g. cybersecurity, health and safety, ethical conduct	<b>29%</b>	30%	24%	30%	29%	27%
<b>Customer experience</b> Empowering your employees to deliver the best possible service	<b>25%</b>	29%	25%	21%	18%	23%
<b>Talent retention</b> Demonstrating what people 'get' in return for working for you	<b>22%</b>	25%	21%	20%	18%	20%
<b>Employee advocacy</b> Encouraging your employees to promote your brand, services and products	<b>15%</b>	14%	12%	16%	17%	15%



# De estos temas ¿cuáles serán estratégicos y deberás dedicarle mayor atención y despliegue comunicacional en el 2023? (Marca 2 como máximo)



## What has your organisation communicated about most over the past year?

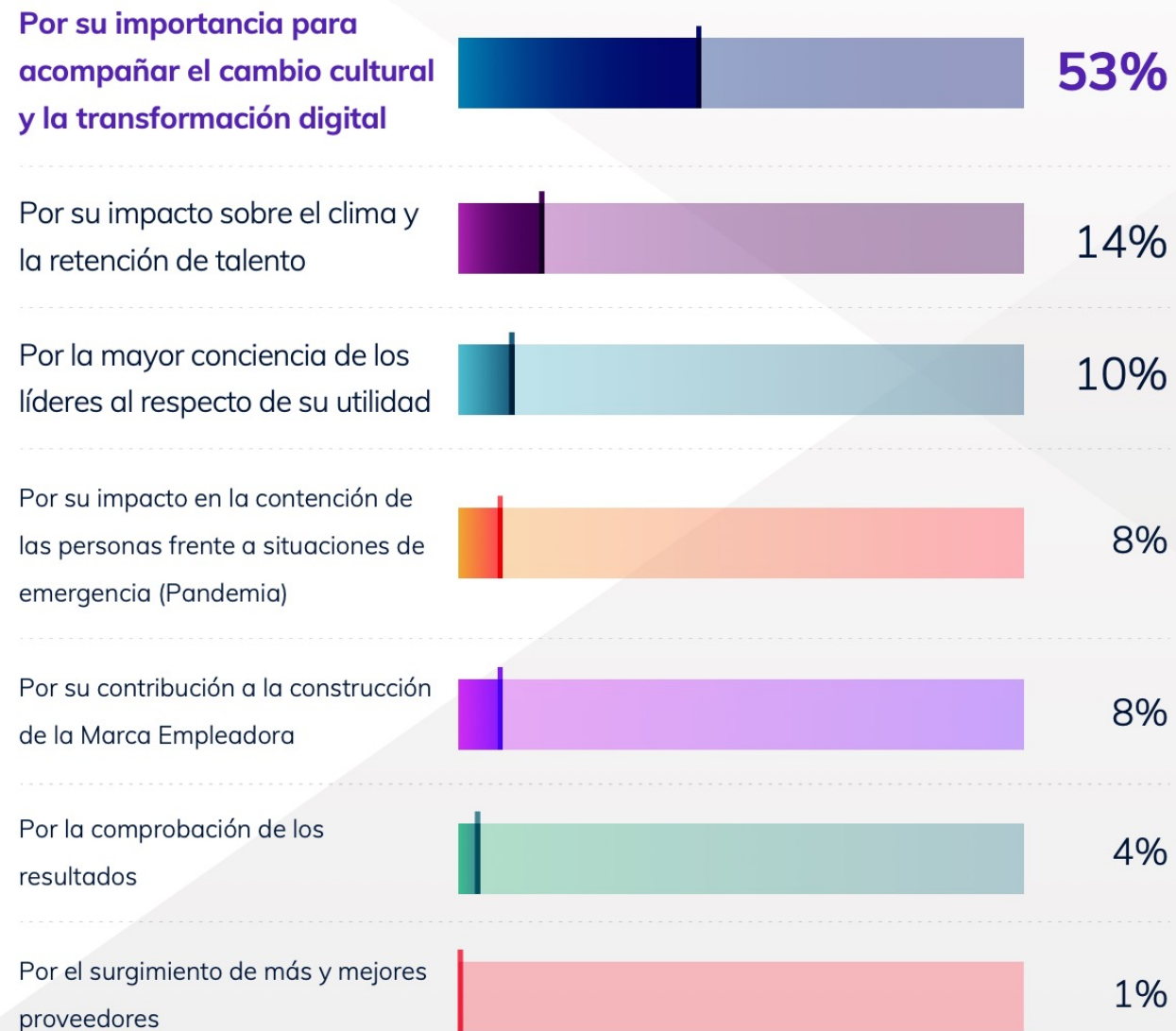
	Overall	By organisation size (Number of employees)				
		Small (1-499)	Medium (500-1,499)	Large (1,500-5,000)	Very large (5,000-10,000)	Enterprise (10,000+)
Strategy, vision and purpose	45%	39%	40%	53%	53%	52%
Diversity, equity and inclusion	29%	18%	28%	37%	36%	41%
Values, behaviours, culture	27%	28%	29%	24%	24%	29%
Wellbeing and mental health	27%	22%	33%	29%	31%	26%
Benefits, rewards and compensation	26%	33%	29%	24%	13%	15%
Employee recognition stories and awards	24%	27%	24%	25%	21%	17%
Health and safety	22%	29%	20%	15%	16%	17%
Customer experience, new products / services	21%	22%	22%	19%	22%	20%
Ways of working	20%	18%	18%	21%	25%	21%
New digital platforms and systems	14%	15%	13%	14%	9%	14%
New regulations, ethics, compliance	11%	14%	11%	6%	14%	10%
Sustainability	11%	7%	8%	7%	14%	23%
Career paths, mentoring and coaching	8%	8%	7%	10%	9%	8%

**Top 3**

**Top 5**

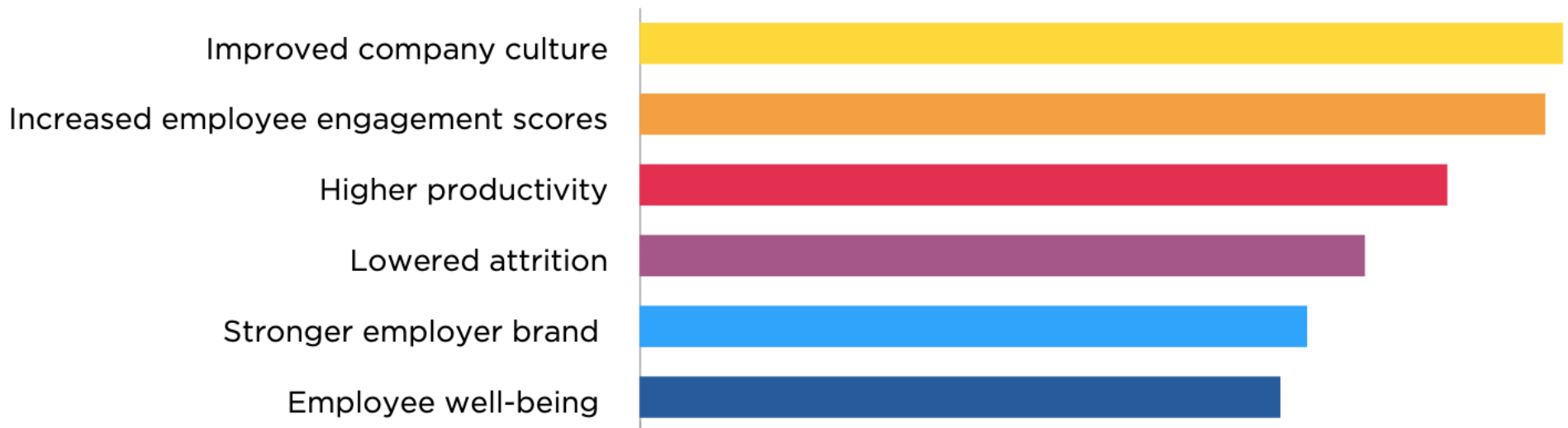
# ¿Por qué razón crees que la CI crecerá como disciplina?

averar





**Q. What do you think resonates most with your leadership when discussing the benefits of internal communications? Rank in order of importance.**



*For leaders, improved company culture is the biggest perceived benefit of internal communications.*



## 7.6 Influence

Q. How would you rate your/internal communications' current ability to influence the following?



*Internal communications influence on driving company culture*





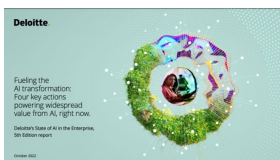
# INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En 2026, las empresas que tengan prácticas de ingeniería de IA adoptadas superarán a sus pares en al menos el **25%**

**Gartner 2022.**

Top Strategies Technologies Trends

El **94%** de los responsables de negocios cree en la importancia crítica que tendrá el desarrollo de la IA para sus compañías, en el plazo de los próximos 5 años.



**Deloitte 2022.**

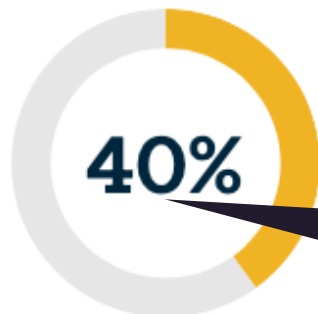
Deloitte's State of AI in the Enterprise, 5th Edition report.

## How impactful do you believe the following will be for internal communication in the next five years?

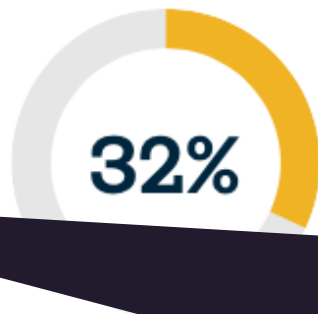
(Total of 'Most impactful' and 'Somewhat impactful')



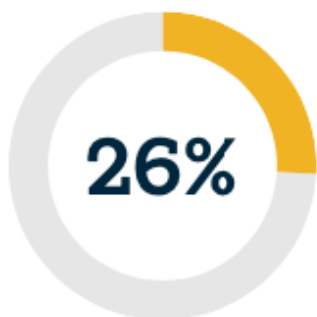
Hyper-personalisation



Artificial intelligence (AI)



Gamification



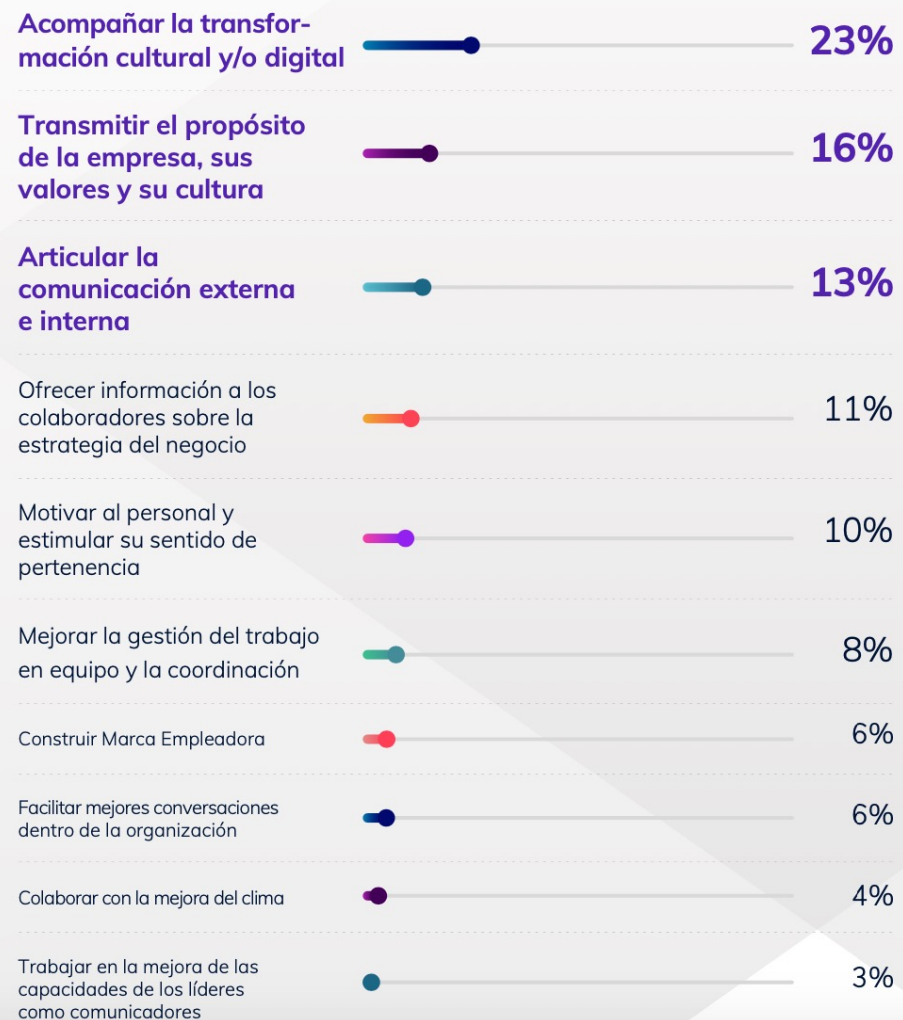
Immersive technology and the metaverse



Augmented reality (AR)

La inteligencia artificial, es otra aspiración a largo plazo, ocupó el segundo lugar: solo el 9% informó tenerla en 2023.

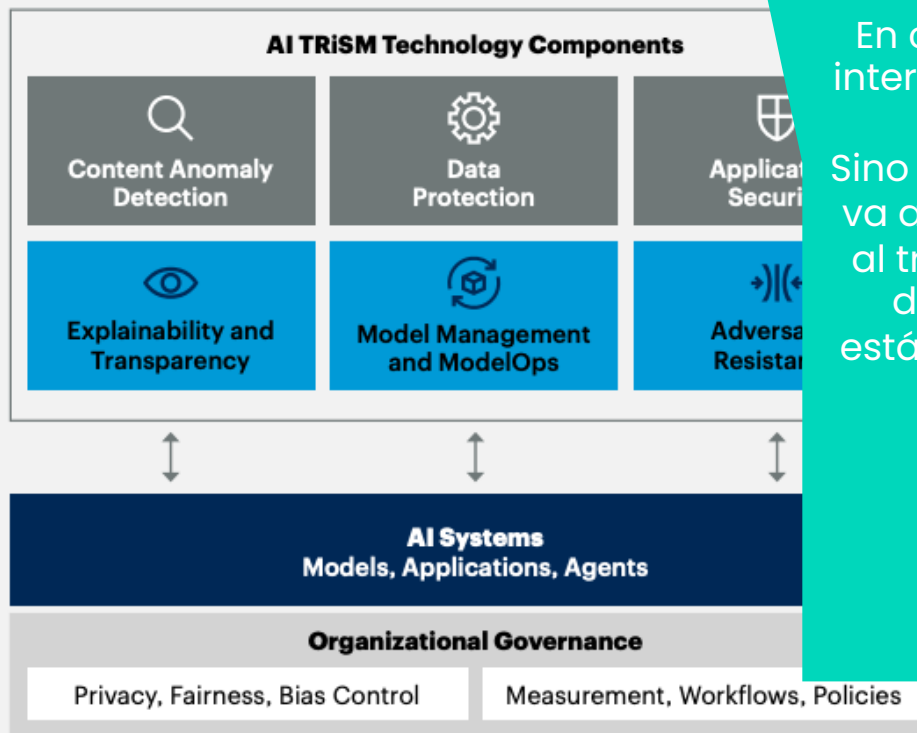
## ¿Cuál dirías que es la principal contribución de la CI a la empresa? (Elegir solo 1 opción)



# 1 AI Trust, Risk and Security Management (AI TRiSM)

Supports AI model governance, trustworthiness, fairness, reliability, robustness, transparency and data protection

## AI TRiSM Technology



Source: Gartner

En comunicación interna no nos interesa solamente la IA en su uso. Sino en cómo toda la organización va a incorporar estas tecnologías al trabajo y cómo este encaje se dará según ciertos valores y estándares éticos, a la vez que de seguridad.



# ¿CUÁL SERÁ EL ROL DE LA CI ENTONCES?

- **Dar respuesta a las necesidades**
- **Colaborar en la formación**
- **Garantizar la seguridad**
- **Crear consciencia**
- **Revisar la cultura y colaborar con su adaptación**
- **Analizar**



**La IA en el ámbito de la comunicación ha llegado para ayudarnos a simplificar procesos, trabajar de forma más productiva, potenciar nuestra creatividad, acceder a la información de forma más rápida y, en definitiva, a ser más eficientes.**



When I  
realize ChatGPT  
can do my job



When I  
realize ChatGPT  
can do my job



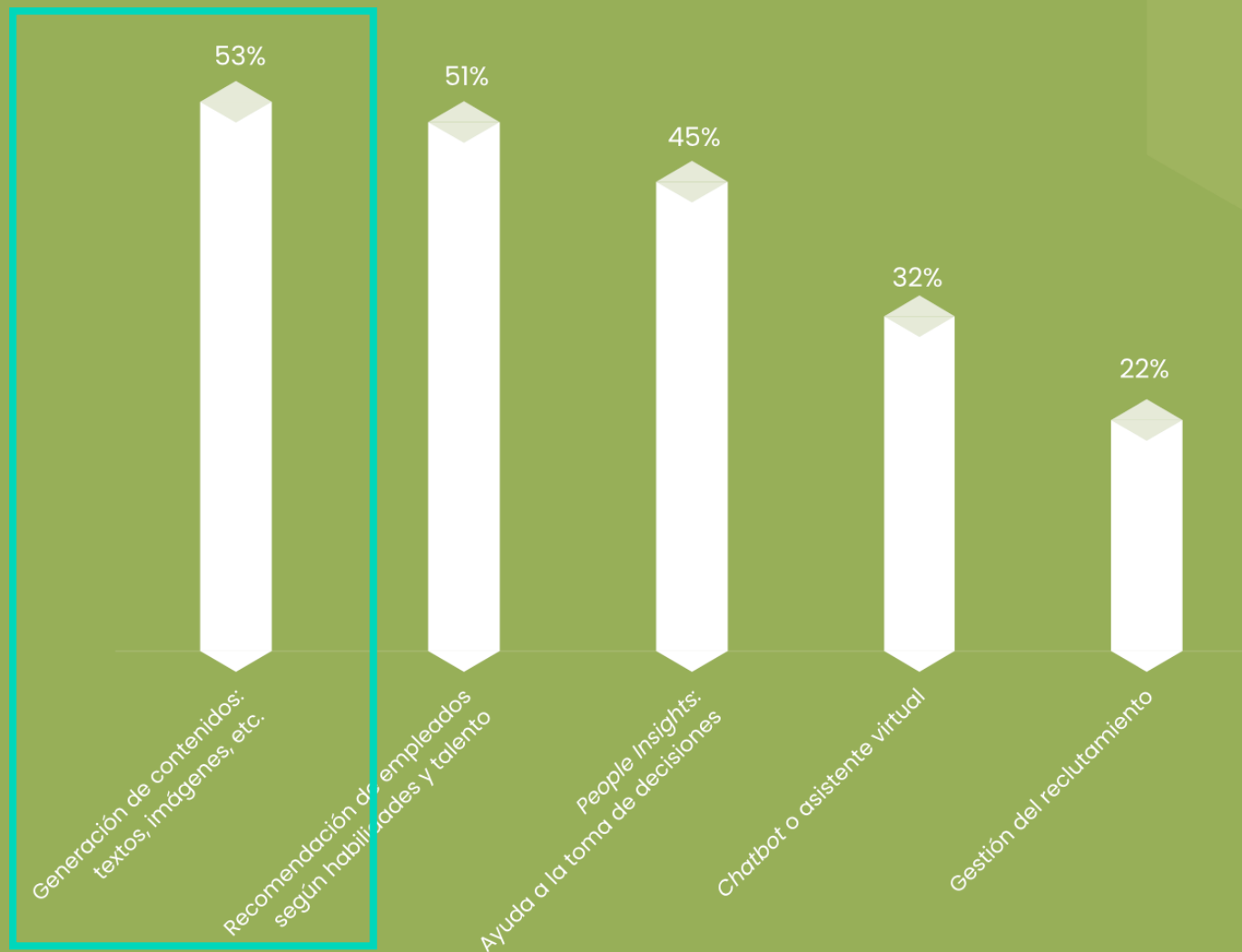


**AI will not replace you,  
people using AI will**

**... unless you are that person**

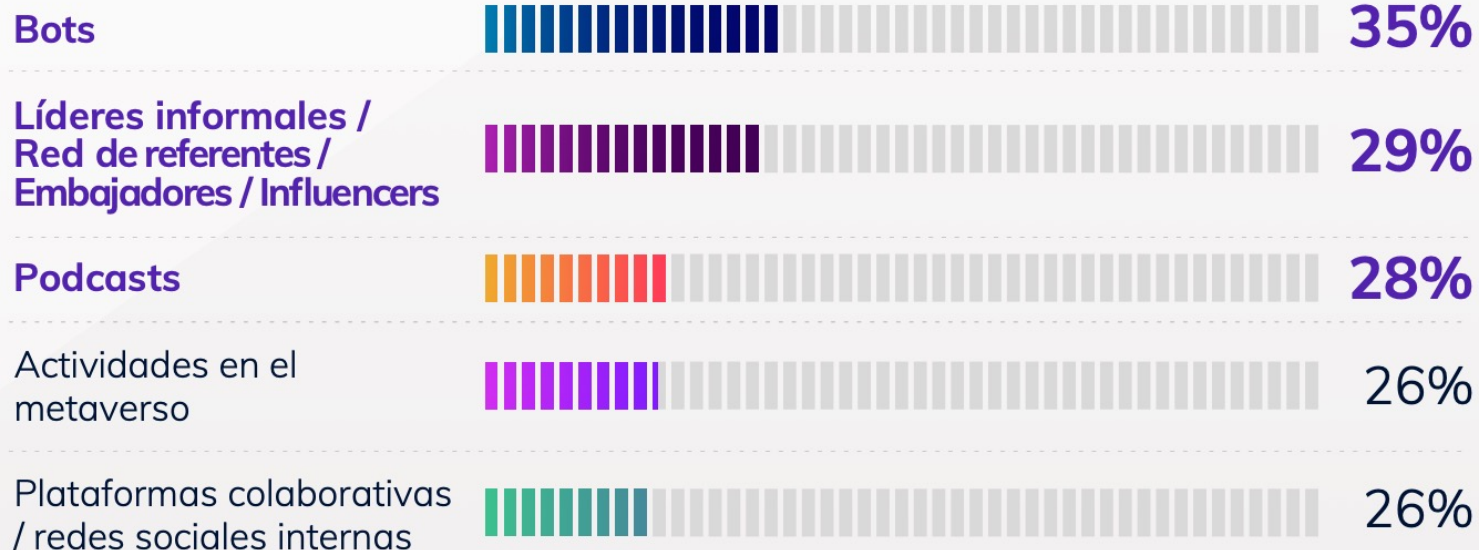
## Casos de uso de la IA que suscitan mayor interés entre los responsables de la Comunicación Interna

Para esta pregunta se permiten múltiples opciones



## ¿Cuáles son los canales de comunicación interna que necesitas incorporar?

(Marca SOLO los canales que actualmente NO tienes - Máximo 3 opciones)

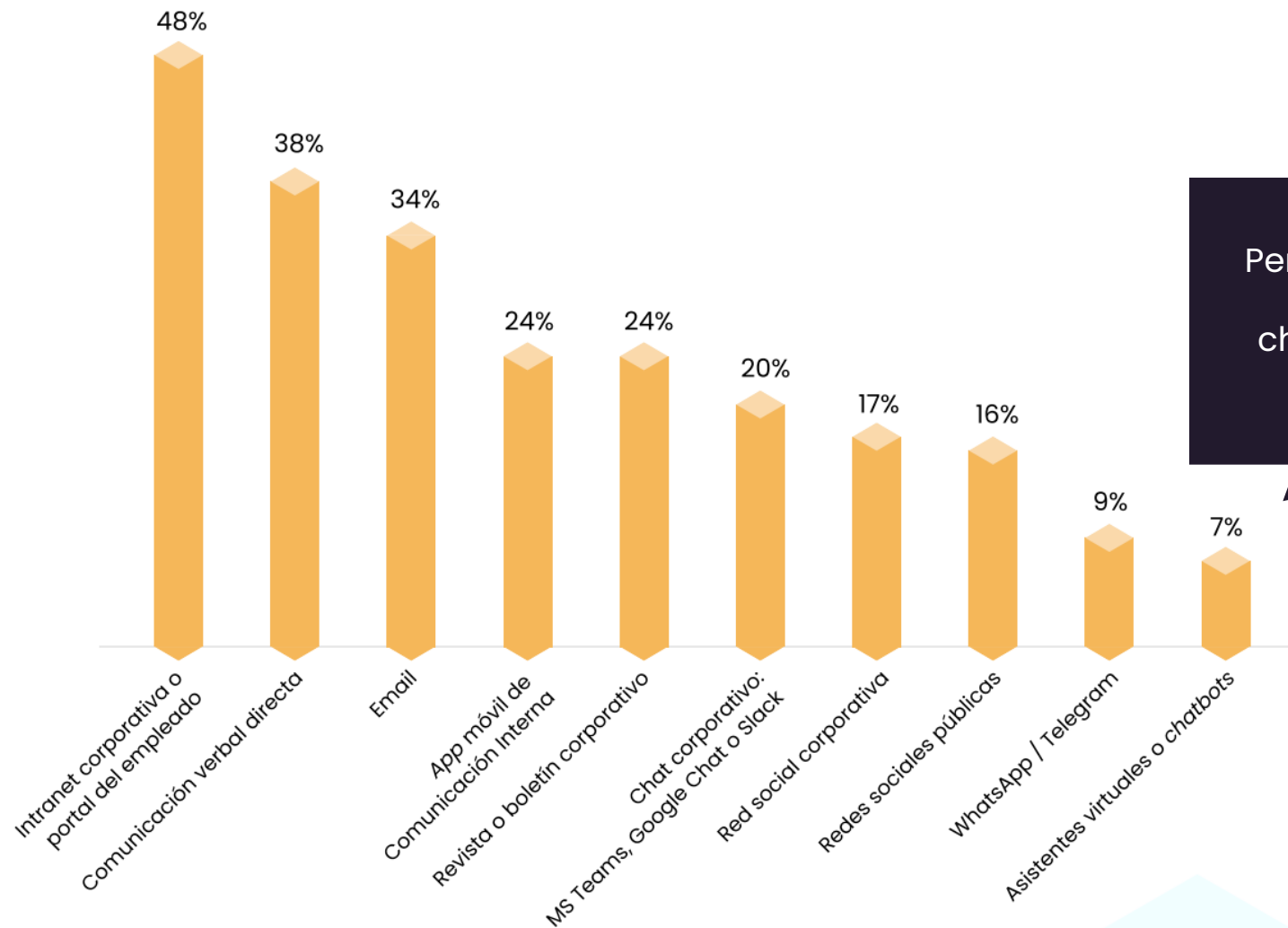


Quando imaginan futuros posibles, entre 3 y 4 comunicadores de cada 10, piensa en incorporar BOTS



# Herramientas y canales que las organizaciones quieren potenciar

Para esta pregunta se permiten múltiples opciones



Pero si pensamos en lo que hoy tienen, solo el 7% tiene chat bots y desea impulsarlos





## NOTAS DE PRENSA

## Ferrovial lanza un asistente pionero de inteligencia artificial generativa para sus empleados

## DESCARGAR

Nota de Prensa

PDF 0.13 MB

## DESCARGAR

Imagen

JPG 0.18 MB

- Ferrovial se convierte en la primera empresa de infraestructuras a nivel global en incorporar una herramienta de inteligencia artificial generativa para sus empleados
- La iniciativa busca facilitar las tareas diarias a sus trabajadores, nutriéndose de los últimos avances tecnológicos

# Corporativo

# Innovación

# Inteligencia artificial

# España

# Madrid

# Ferrovial



## Recursos Humanos

Uno de nuestros chatbots es Qo, desarrollado como iniciativa piloto para ayudar a nuestros empleados a alcanzar su máximo potencial. Se trata de una herramienta capaz de **procesar el lenguaje natural**, manteniendo una conversación coherente a través de un chat con el empleado. En este chat, el trabajador recibe recomendaciones enfocadas al desarrollo de sus competencias y recursos multimedia que le facilitarán su auto aprendizaje.

DESCARGAR

Nota de Prensa

PDF 0.13 MB

DESCARGAR

Imagen

JPG 0.18 MB

- Ferrovial se convierte en la primera empresa de infraestructuras a nivel global en incorporar una herramienta de inteligencia artificial generativa para sus empleados
- La iniciativa busca facilitar las tareas diarias a sus trabajadores, nutriéndose de los últimos avances tecnológicos

# Corporativo

# Innovación

# Inteligencia artificial

# España

# Madrid

# Ferrovial



**HERRAMIENTAS DE IA QUE  
RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN  
YA ESTÁN USANDO**

# Perplexity

Ask anything...

Internet

Copilot

Try asking history of Argentina unique colorado flowers checkout time w hotel cdmx how to center a div brown dog name ideas healthy restaurants in sf d/dx x^2 y^4, d/dy x^2 y^4

## Updates

### Copilot (GPT-4)

A more powerful and interactive way to search questions, run multiple searches, and summarize results.

### Share your searches

For those times when you want to share a link, views, likes, and follow up questions.

### Popular Now

#### global warming set to break key 1.5C limit for...

Global warming is set to break the key 1.5°C limit for the first time, according to recent...

#### Prince Harry and Meghan Markle in 'near cat...

Prince Harry, Meghan Markle, and her mother were involved in a "near catastrophic car...

Microsoft Bing

BÚSQUEDA

CHAT

Haz preguntas complejas

Obtener mejores respuestas

"¿Qué comidas puedo preparar para mi hijo pequeño quisquilloso que solo come alimentos de color naranja?"

"¿Cuáles son los pros y los contras de las 3 aspiradoras para mascotas más vendidas?"

Vamos a aprender juntos. Bing cuenta con tecnología de inteligencia artificial que aprende de tus preguntas y respuestas para ofrecerte sorpresas y errores. Asegúrate de comprobar los hechos y conectar con la información que necesitas para aprender y mejorar.

Términos | Privacidad

Rytr Create History Account

Copy Image Chat new

Select language

Spanish

Select tone

Enthusiastic

Choose use case

Business Idea Pitch

Write a short pitch based on your product or business idea

Business idea

Campaña de salud y bienestar en el trabajo.

For best results pr

Number of vari

2 variants

Generate

Home

Favorites New folder New document

NAME	ITEMS	WORDS	MODIFIED	
Seguridad en el trabajo	-	273	Jun 3, 12:04 pm	★ ⋮
Campaña de seguridad y salud en el trabajo	-	96	May 11, 11:16 am	★ ⋮
Apuntate a las formaciones antiacoso de nuestra empresa.	-	321	May 9, 11:01 am	★ ⋮
Ejemplo ideas antiacoso	-	531	Apr 4, 01:46 pm	★ ⋮

# Jasper

Products Learn Company Pricing

Login

Try Jasper Free

Select your brand tone of voice and watch Jasper get to work.

Cheeky

Formal

Bold

Pirate

## Meet Jasper

# Hi, I'm Bard

Tell me what's on your mind, or pick a suggestion. I have limitations and won't always get it right, but your feedback will help me improve.

## Understand

product comparisons

hype around a sport

rules of a sport

## Create

product description

word riddle

beginner's guide to...

## Explore

find a library

YouTube creator tips

career paths

## La vida misma es una cita.

Escritura Mágica™

En cinco palabras o más, describe el tema sobre el que quieres escribir

Para confirmar, pulsa Return

Usa uno de los 16 créditos que te quedan por usar. Hazte Pro para obtener más.

Prueba con un ejemplo

World's #1 AI-Powered

Type your presentation transcript

Example: "History of Rome"

Generate

Good Tape is a secure<sup>®</sup> transcription service for your interview tape. También en español.

Tell me more

Log in Create user

## Save time with an AI meeting assistant

Otter automatically writes and summarizes meeting notes for you.

Otter

Search

Weekly Team Sync

Siya 0:02:04

Good morning. We've got a relatively short agenda today - Thomas is going to share some numbers and then Sarah is going to share some updates. We will conclude with a Q&A led by Ingrid. Let's get started

Steven 0:03:21

Awesome. Right now. You can see the month over month rise in sales. This is due to the incredible work from our sales team closing the biggest account of the year.

Charlie 0:04:03

Wow. Big congrats to our northeastern sales team for closing this deal right before the end of the quarter.

Steven 0:04:54

Agreed. With the latest version of our product, this should provide us more

Takeaways

#1 AI VIDEO GENERATION PLATFORM

# Turn your text into videos in minutes

- Get natural sounding AI voices in 120+ languages
- Make your videos more engaging with 140+ AI Avatars
- Edit as simply as clicking a button

Create a free AI

No credit card required.



AUG X LABS

Home Benefits About News Blog Pro Services

Try Augie Now!

# Turn Your Words Into Videos

CREATE PROFESSIONAL VIDEOS IN MINUTES.

## Meet Augie,

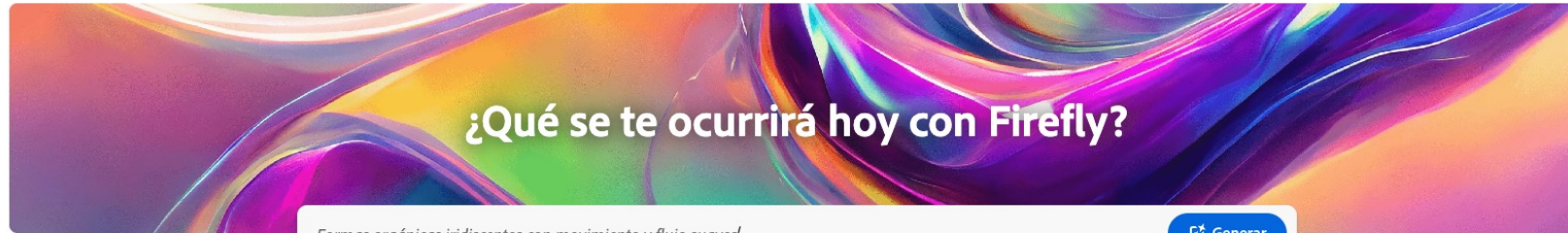
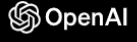
an AI Assistant that transforms your script, narration, or webcam/phone recordings into a custom video.

Then, make any adjustments or customizations in our easy to use interface. No editing skills required!

Your video will be downloadable as an MP4, in either portrait or landscape mode (great for both TikTok and YouTube content)!



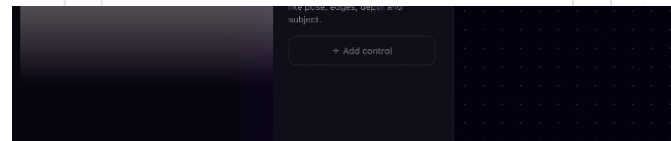
Try Augie Now!



Generar

### Prueba esto

Prueba lo último en IA generativa y dinos qué te parece.



# es like a one.

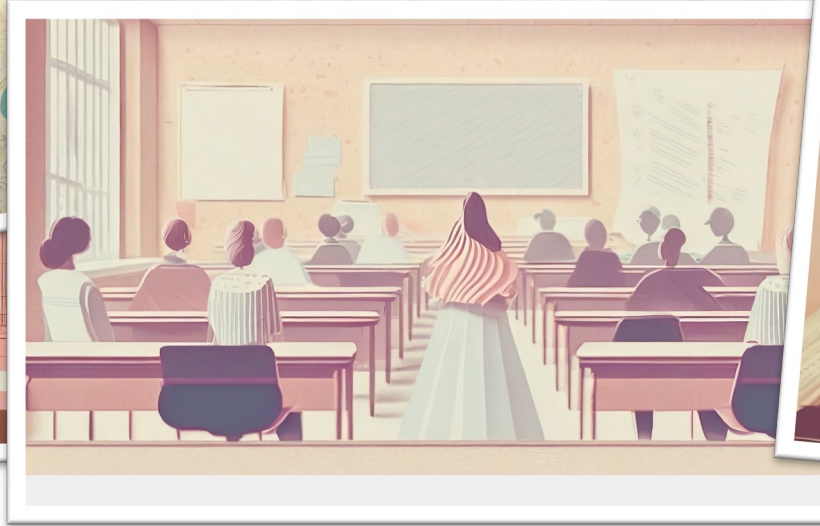
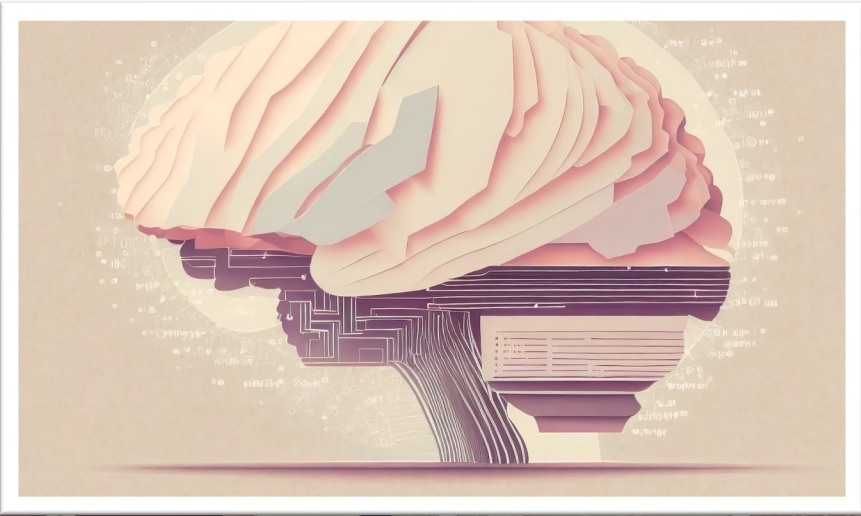
Share

**Edit Instruction Strength**  
Higher values will make your image closer to your prompt.

Quality & Details  
More steps will result in a high quality image but will take longer.

Seed  
Different numbers result in new variations of your image.

Randomize seed value to get new variations





**MÁS POSICIONES ESPECIALISTAS**

# Tener un equipo dedicado a la CI: un factor 'gamechanger' para el área

Employees describe communications more positively than negatively

Please choose up to five words to describe how communication from your employer currently feels to you

**34%**

Negative words

**66%**

Positive words



In organisations with a dedicated IC team



In organisations without a dedicated IC team

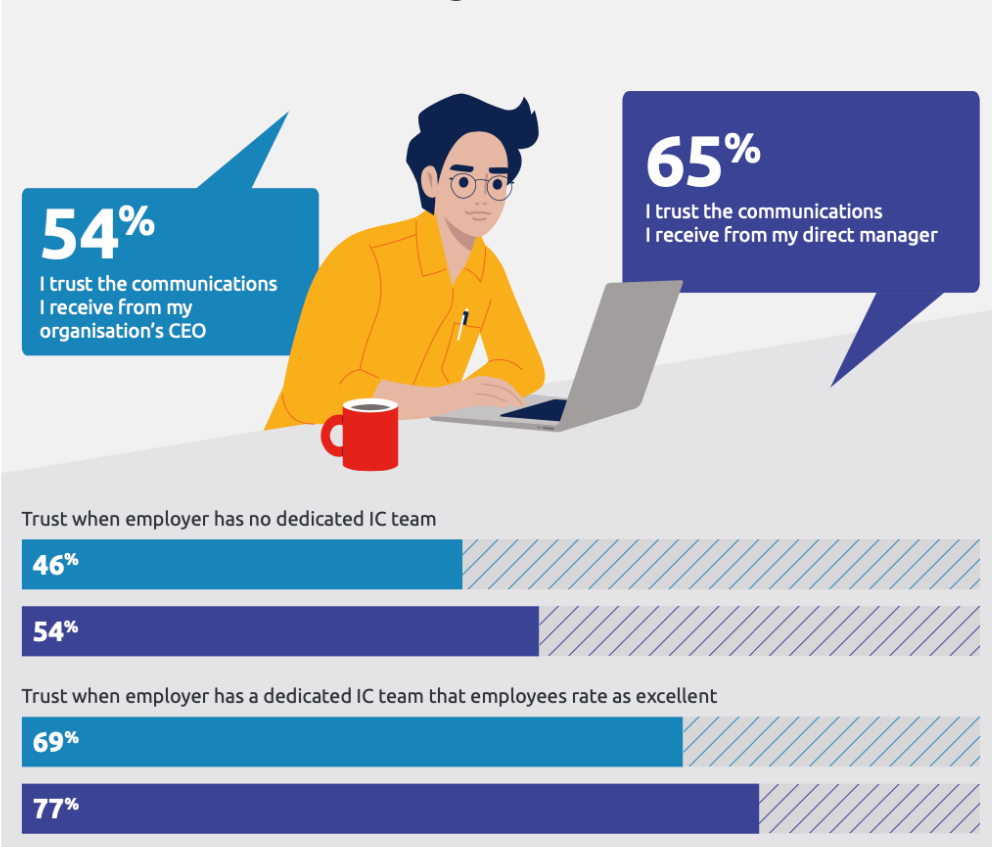


Mejora la percepción de la comunicación interna



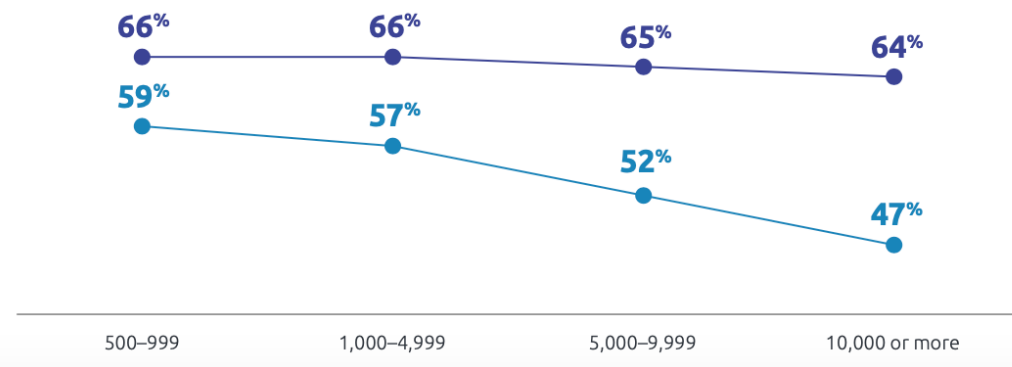
# También aplica para CEOs y Managers

## Greater trust for direct managers than CEOs



## Direct manager trust consistent irrespective of organisational size, CEO trust declines

Key: ● I trust the communications I receive from my organisation's CEO  
● I trust the communications I receive from my direct manager



# Cada vez más puestos o responsabilidades:

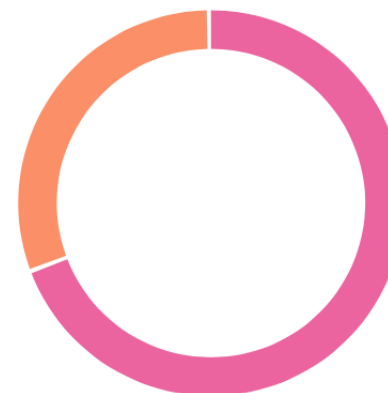
## YES...



## BUT...

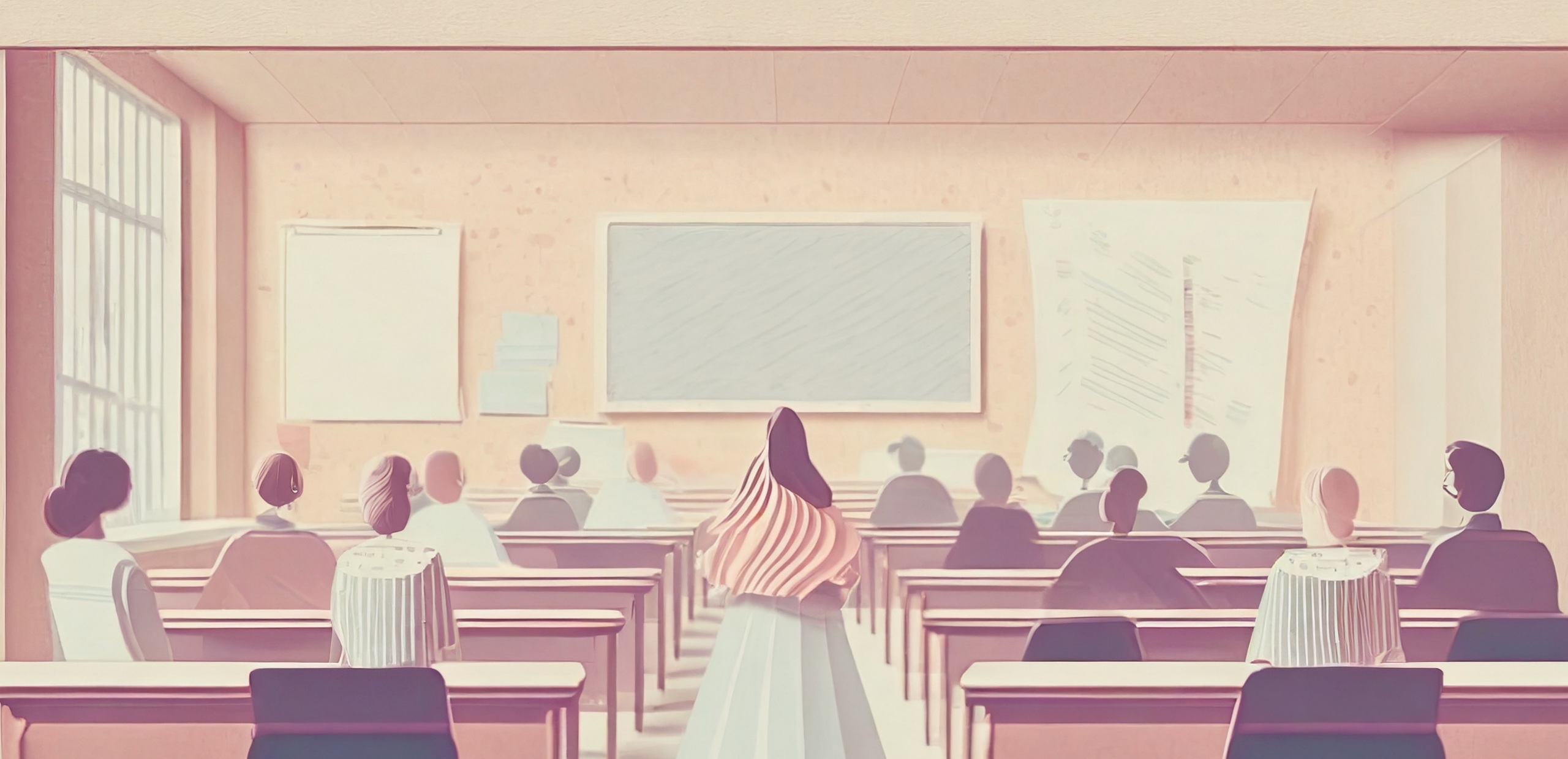
Formación recibida al adoptar las nuevas responsabilidades en Comunicación Interna

**31%**  
Sí han recibido formación



Cerca del 70% de las personas no reciben formación a la hora de adquirir estas responsabilidades.

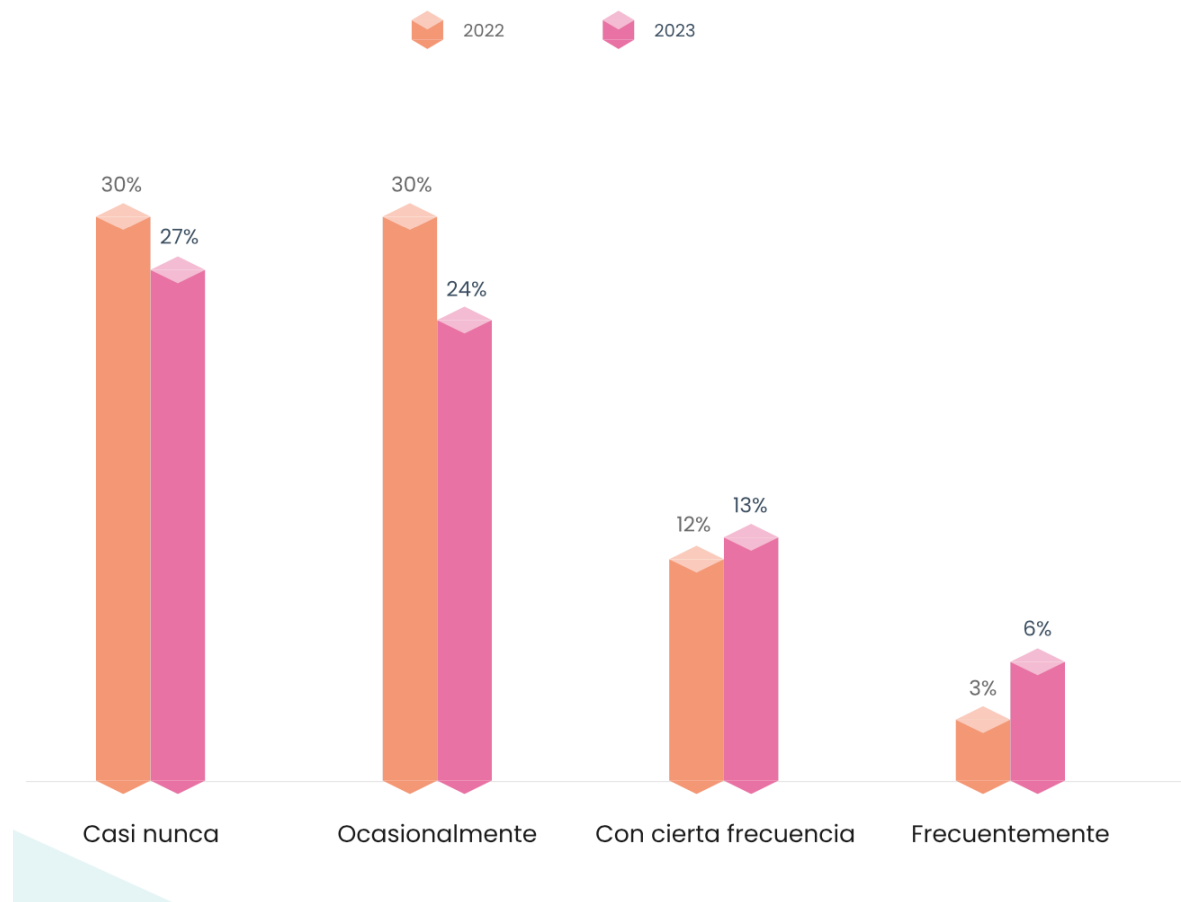
**69%**  
No han recibido formación



**FORMACIÓN. LA GRAN NECESIDAD.**

# Es evidente la necesidad de formación en CI

Frecuencia en formación en torno a la Comunicación Interna



## Sello DIRCI para formaciones en comunicación interna

El sello DIRCI representa un respaldo otorgado por la asociación a formadores o entidades formadoras que cumplen con ciertos estándares de calidad en programas de comunicación interna. Poseer este sello implica la garantía de que el programa ha sido sometido a una revisión y validación por parte de profesionales designados por la institución. En consecuencia, el sello DIRCI sirve como un distintivo de calidad para el curso o formación en cuestión.

Para obtener este sello, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

1. Aprobación formal de DIRCI: La formación debe contar con la aprobación expresa



**DIRECCIÓN**

**UNA HABITACION PROPIA**

# ¿Se prevé aumentar los recursos en comunicación interna a corto/medio o largo plazo? ¿En qué se invertirá exactamente?



SI 6  
NO 3

Las personas que responden afirmativamente sitúan las nuevas inversiones en nuevos canales digitales y actividades orientadas a fortalecer los vínculos y el cuidado de los empleados.

- "En personas, colaboraciones externas, en nuevos medios y canales internos (intranet, App, etc.). En definitiva, en herramientas para dinamizar la comunicación interna".
- "Se han colocado tableros digitales recientemente con gran aceptación. Seguiremos invirtiendo en canales digitales (App)".
- "La inversión inicial es en la adecuación de las herramientas que soportan la comunicación interna y de ahí en adelante, lo que se requiera, no es un área o función que se deba desatender".
- "En actividades de promoción de las relaciones fuera de horario, pero también todas aquellas que nos ayuden a aumentar el orgullo de pertenencia. Actividades concretas, deportivas, sociales, formativas, bien canalizadas a través de un mensaje coherente dirigido des-

de dirección general con la ayuda de comunicación interna".

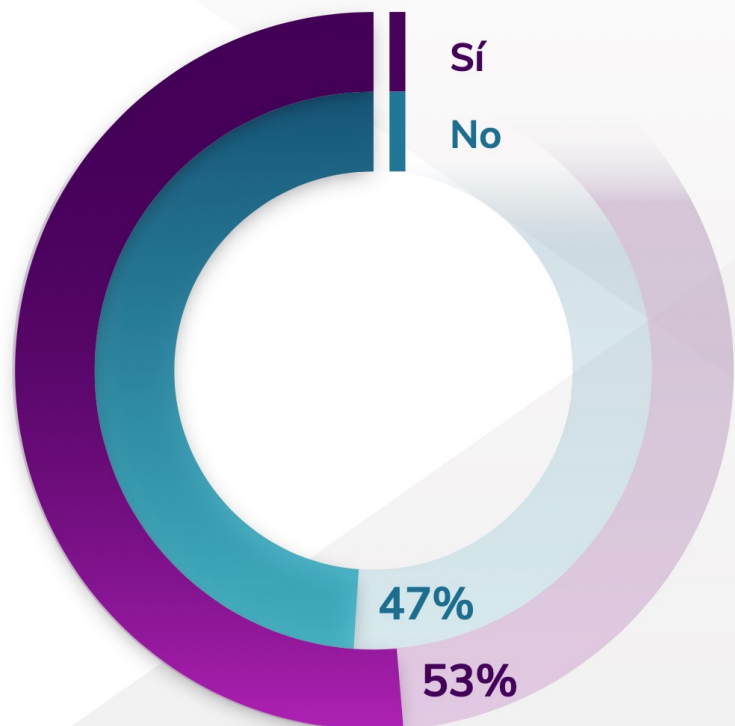
- "En fomentar el cuidado de las personas".
  - "En el engagement de los empleados (actuales y nuevos)".
- Las personas que no piensan en nuevas inversiones lo justifican explicando que ya se han hecho recientemente, o bien porque trabajan con presupuestos de comunicación muy ajustados que ya están desplegados en su totalidad.
- "Las inversiones ya se han realizado en el pasado. Estamos bien en cuanto a medios y presupuesto".
  - "Sí, a corto plazo, porque coincide con un aniversario de la organización. Pero si no fuera así, nuestros presupuestos no nos lo permiten. Tenemos que hacer más con menos".
  - "No se prevé invertir más por ahora porque ya se ha hecho".



CEOS sí ven la necesidad de invertir en comunicación interna

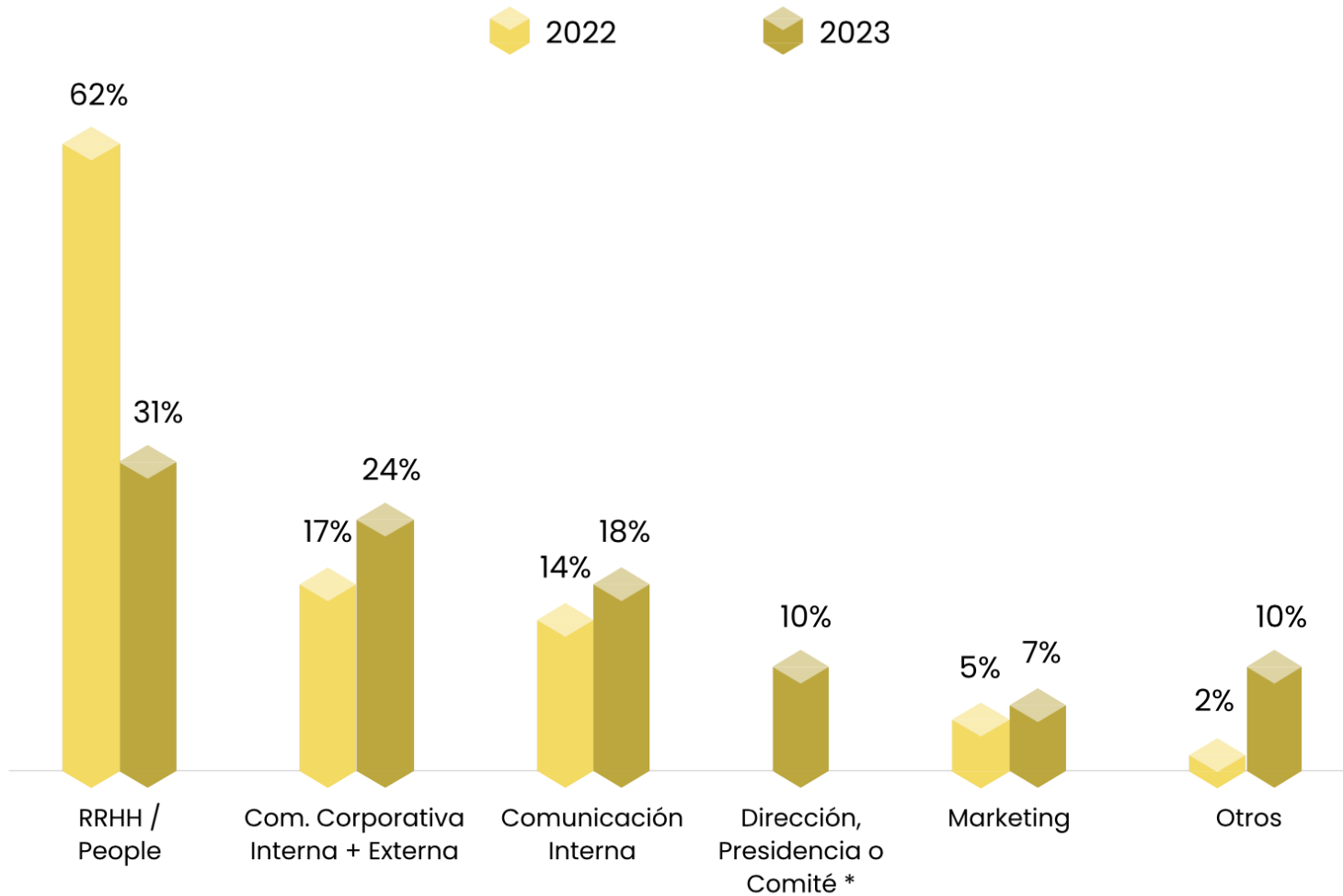


## ¿La empresa tiene un área exclusiva de CI?





# Área en la que se enmarca la labor de Comunicación Interna dentro de la organización



\* No existe el dato para el año 2022



### What department does the internal communication function report into in your organisation?

	Overall
Corporate Communications / PR / Corporate Affairs	32%
Human Resources / People / Talent	33%
Marketing	10%
CEO / Executive Team	12%
Strategy / Transformation	2%
As part of a business unit	4%
Other	7%

2022

	Overall	By organisation size (Number of employees)				
		Small (1-499)	Medium (500-1,499)	Large (1,500-5,000)	Very large (5,000-10,000)	Enterprise (10,000+)
Corporate communication / PR / Corporate Affairs	28%	9%	32%	33%	39%	49%
Human Resources / People / Talent	22%	21%	24%	28%	26%	15%
CEO / Executive Team	15%	21%	13%	10%	10%	10%
There is no dedicated internal communication function	13%	25%	9%	5%	5%	5%
Marketing	10%	8%	11%	15%	12%	8%
It's a 'shared function' between two departments	10%	13%	9%	6%	5%	8%
Operations / Strategy	3%	3%	2%	2%	3%	5%

2023

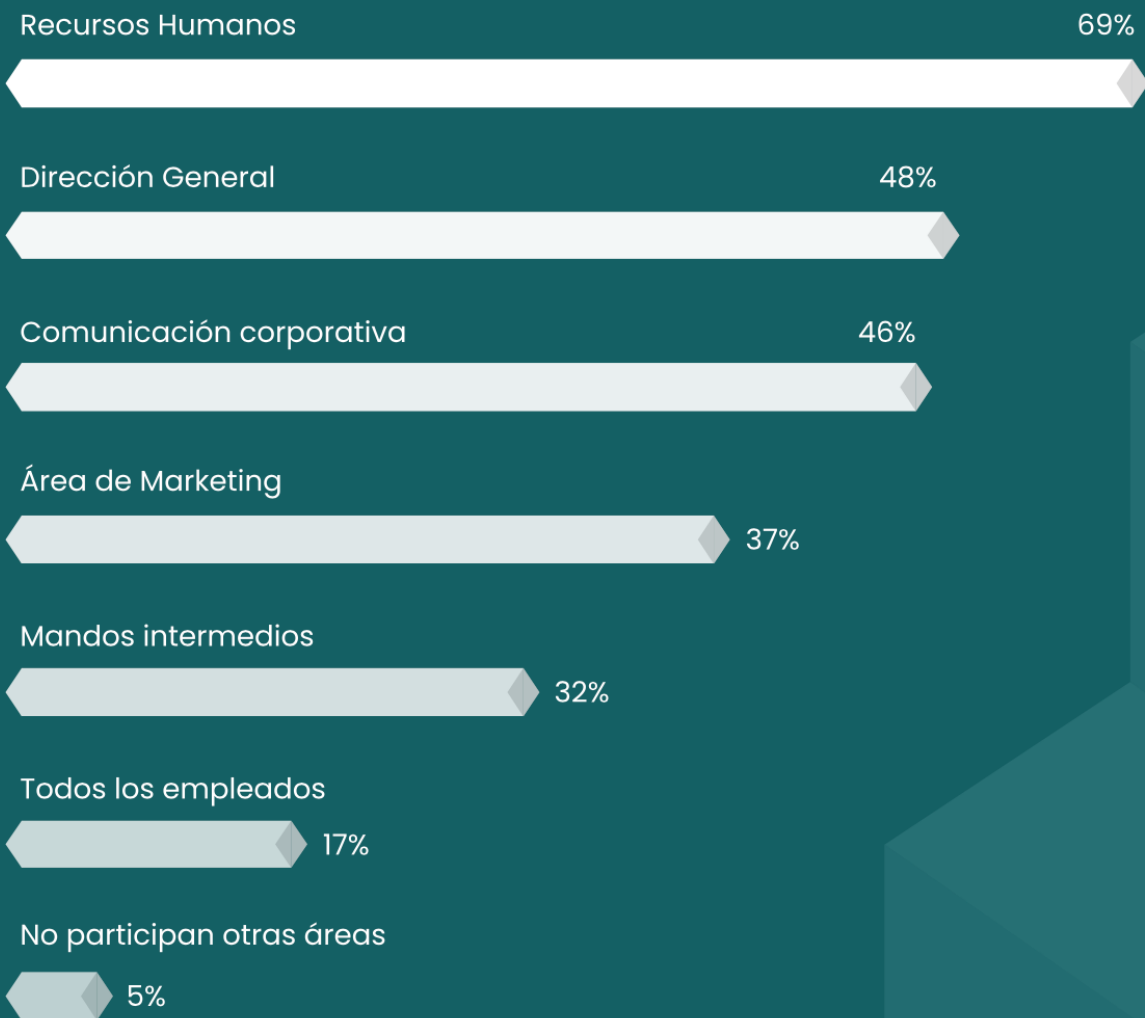


Internal Communication and Employee Experience  
Findings from the 2022/23 survey – UK Edition

2023  
INTERNAL  
TRENDS  
REPORT  
SERIES

## ¿Qué otras áreas o roles de tu organización participan en dinamizar la Comunicación Interna?

Para esta pregunta se permiten múltiples opciones



averar





**DESAFÍOS A AFRONTAR**

	By organisation size (Number of employees)						
	2023	2022	Small (1-499)	Medium (500-1,499)	Large (1,500-5,000)	Very large (5,000-10,000)	Enterprise (10,000+)
Lack of time and capacity in my team	34%	32%	34%	37%	35%	36%	31%
Disengaged employees	30%	37%	33%	29%	29%	24%	28%
Lack of budget	24%	11%	27%	24%	22%	24%	23%
Internal technology and channels not fit for purpose	22%	22%	11%	26%	33%	26%	27%
Lack of analytics or measurement	22%	27%	18%	23%	21%	26%	25%
Poor people manager communication skills	20%	27%	20%	23%	21%	17%	19%
Lack of clear direction from the top	17%	20%	24%	17%	11%	15%	13%
Volume of communication too high	15%	22%	5%	13%	19%	20%	30%
Lack of advance notice given for organisational announcements	15%	12%	10%	15%	18%	22%	16%
Lack of support from senior leaders	13%	8%	16%	13%	11%	6%	13%
Remote or hybrid working	13%	11%	15%	15%	15%	10%	9%
Non-wired or deskless employees	12%	12%	9%	13%	16%	11%	14%
Lack of involvement in decision-making	10%	12%	9%	10%	12%	17%	9%
Too many internal communication channels	6%	9%	6%	8%	3%	0%	11%
Lack of skills or experience in my team	5%	7%	7%	4%	3%	5%	4%
Lack of distinct internal brand	4%	9%	6%	3%	5%	1%	3%
Lack of structure in my team	4%	6%	5%	1%	3%	7%	5%

# Claridad y confianza en la comunicación: drivers del engagement

## Further to go to make communications clear for UK workers

Key: ■ Positive ■ Neutral ■ Negative

My employer has clearly communicated our organisation's goals for the coming year (for example, financial and customer targets, etc.)



Communications about our organisation's business priorities are clear and easy to understand



My employer has clearly communicated how our organisation is performing



## Engagement is higher when communications are clear



# 2022 priorities

In line with the past five editions of the Sector, 'Engaging people around purpose, strategy and values' remains a number-one priority for more than 50% of the world's organisations, a result consistent throughout all geographies and organisation sizes, reminding us that this is the very essence of internal communication.

But, because we saw significant changes in responses this year, this is where the company has what has gone before stops:

- 'Adapting channel strategy to hybrid working' (to this year's survey) came in as the second priority, with around 2 in 5 respondents saying this will be a priority for their organisation.
- 'Enhancing people manager communication' moved it into the top three for the first time ever, at 31% — even though it was considered the top priority in organisations with 10,000+ employees.
- By contrast, 'Enhancing leadership visibility' scored a lot lower this year. While it was consistently in the top three priorities between 2016 and 2019, it only made it to sixth place this time around — a notable drop when you consider that our last report named increased leadership visibility as a positive side effect of the pandemic.

Engaging teams around purpose, strategy, values

53%

Adapting our channel strategy to hybrid working

39%

Enhancing people manager communication

31%

En 2022, adaptar los canales a formatos híbridos pasa de **no existir** en este ranking a estar en el **segundo puesto**.

Adaptarse al trabajo híbrido era una de las principales preocupaciones. Hoy este segundo puesto, vuelve a recuperarlo la función estratégica de la CI

¿Qué pasa en 2023?

Building our internal communication function

29%

Improving impact measurement and evaluation

26%

Developing our communication strategy and tone of voice

26%

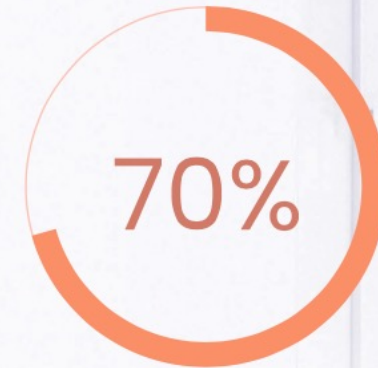
Enhancing leadership visibility

26%



Cada vez más presencialidad.

**Comunicacionalmente, la vuelta a la oficina es un gran desafío.**



La flexibilidad laboral se convierte en el aspecto más relevante para lograr empleados más comprometidos, incluso por encima del salario.





A central collage of various icons and illustrations related to business and education. It includes a hand holding a document, a globe, a target, a lightbulb, and a person sitting at a desk. The background is a mix of warm colors and abstract patterns.

# ¿PREGUNTAS? ¿COMENTARIOS?





**Gracias.**

[hola@averar.com](mailto:hola@averar.com) — [www.averar.com](http://www.averar.com)