

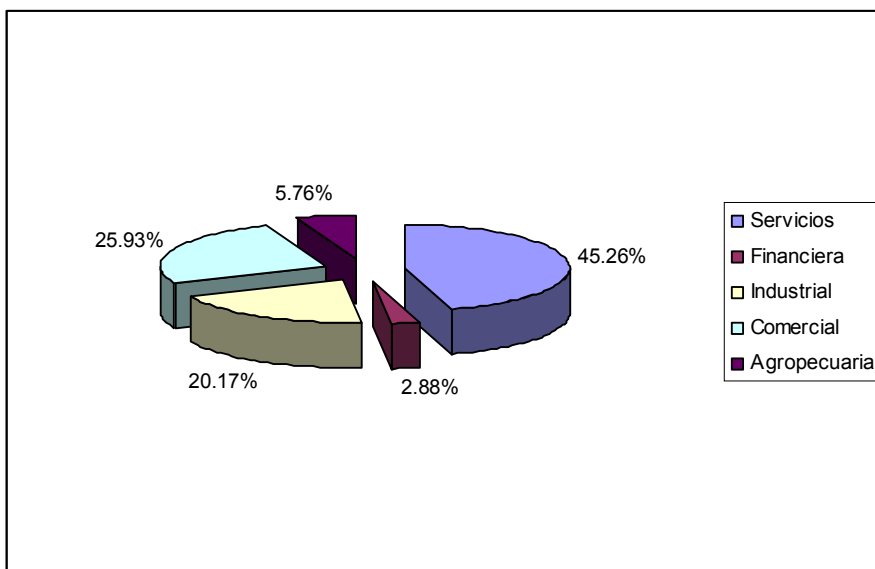
CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

5.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

P1. ¿En qué rubro se ubica su empresa como socio de la Cámara de Comercio?

Preg1	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	110	45.26%
Financiera	7	2.88%
Industrial	49	20.17%
Comercial	63	25.93%
Agropecuaria	14	5.76%
Total	243	100.00%

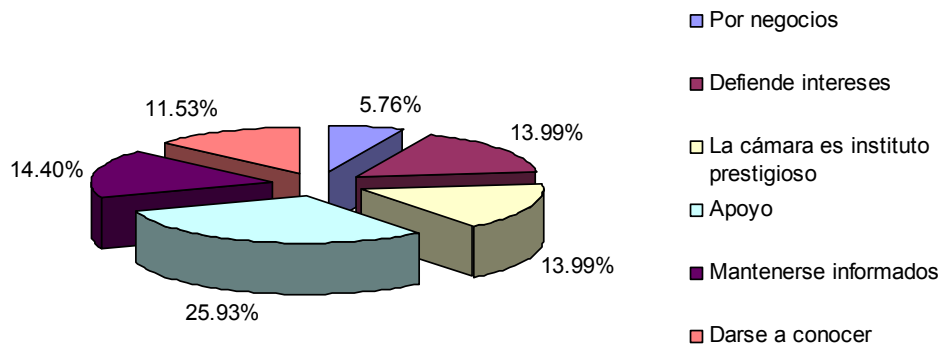


El rubro en el que se presento mayor porcentaje de empresas encuestadas fue el de servicios. Y en de menor porcentaje fue el del sector agropecuario

P2. ¿Por qué se asoció a la Cámara de Comercio?

Preg2	Frecuencia	Porcentaje
Por negocios	14	5.76%
Defiende intereses	34	13.99%
La cámara es instituto prestigioso	34	13.99%
Apoyo	63	25.93%
Mantenerse informados	35	14.40%
Darse a conocer	28	11.53%
N/C	35	14.40%
Total	243	100.00%

¿Por qué se asoció a la Cámara de Comercio?

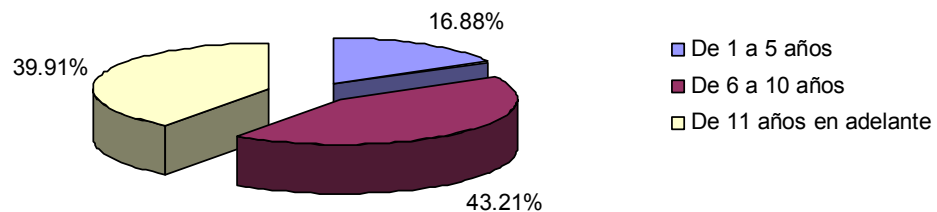


Existen 7 razones por las que los socios se afiliaron a la Cámara de Comercio de las cuales 4 de ellas obtuvieron 14%. Y en su mayoría los encuestados se han asociado como una búsqueda de apoyo.

P3. ¿Cuánto tiempo tiene de estar asociado a la Cámara de Comercio?

Preg3	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 años	41	16.88%
De 6 a 10 años	105	43.21%
De 11 años en adelante	97	39.91%
Total	243	100.00%

¿Cuánto tiempo tiene de estar asociado a la Cámara de Comercio?

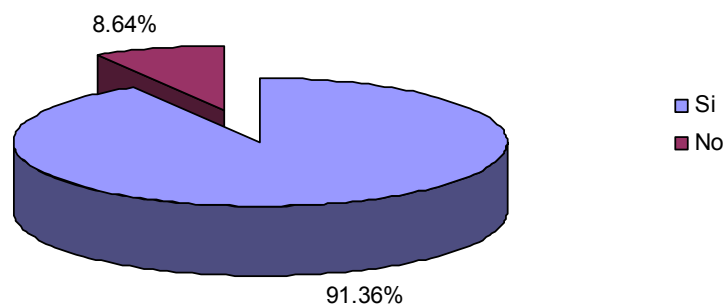


La mayoría de los socios de la Cámara de Comercio tienen entre 6 y 10 años de ser socios de estar afiliados y la solo el 17% tienen entre 1 y 5 años.

P4. ¿La información que recibe de parte de la Cámara de Comercio es necesaria para su empresa?

Preg4	Frecuencia	Porcentaje
Si	222	91.36%
No	21	8.64%
Total	243	100.00%

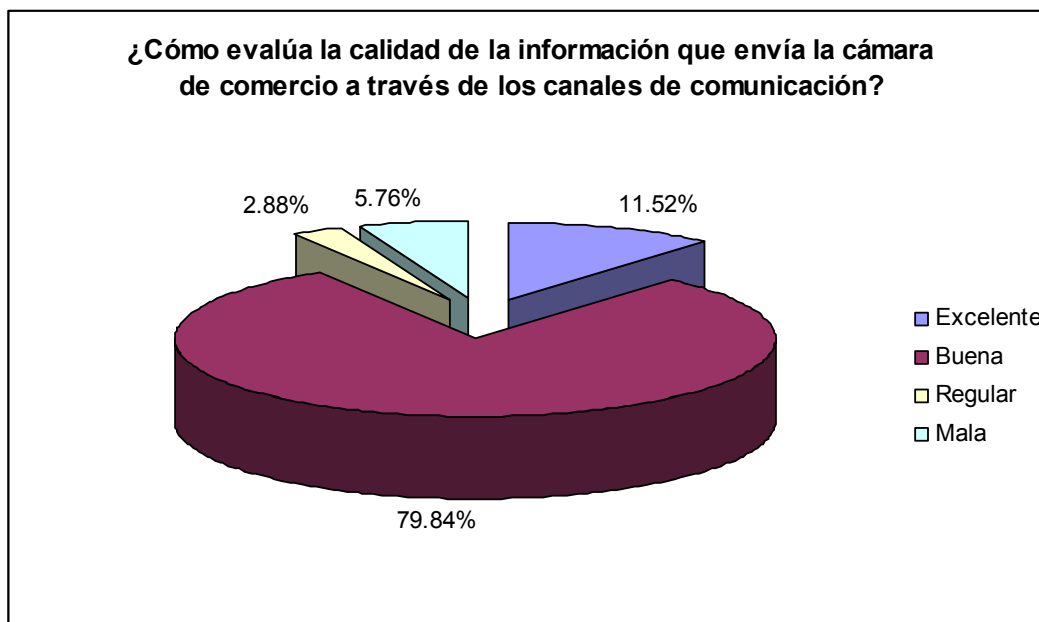
¿La información que recibe de parte de la Cámara de Comercio es necesaria para su empresa?



La mayoría de los socios considera que la información que recibe de parte de la Cámara de Comercio es necesaria para su empresa con el 91% de los encuestados.

P5. ¿Cómo evalúa la calidad de la información que envía la cámara de comercio a través de los canales de comunicación?

Preg5	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	28	11.52%
Buena	194	79.84%
Regular	7	2.88%
Mala	14	5.76%
Total	243	100.00%

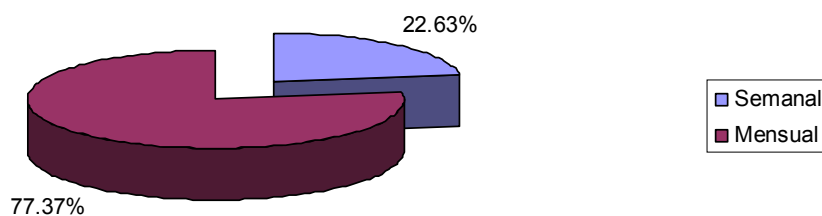


El 80% de la población encuestada califica de buena la calidad de la información, el un 11% la considera excelente, el 6% la ubica en la casilla de mala y solo un 3% la estima como regular

P6. ¿Con qué frecuencia recibe información de la Cámara de Comercio?

Preg6	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	55	22.63%
Mensual	188	77.37%
Total	243	100.00%

¿Con qué frecuencia recibe información de la Cámara de Comercio?

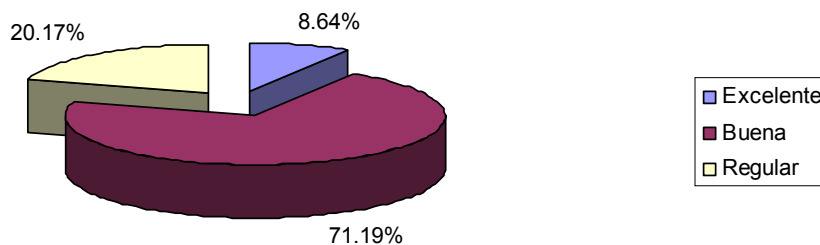


La frecuencia con la que reciben la información los socios esta evaluada con el 77% que la reciben mensual y el 23% la recibe semanal.

P7. ¿Cómo evalúa la cantidad de información que recibe de la Cámara de Comercio?

Preg7	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	21	8.64%
Buena	173	71.19%
Regular	49	20.17%
Total	243	100.00%

¿Cómo evalúa la cantidad de información que recibe de la Cámara de Comercio?

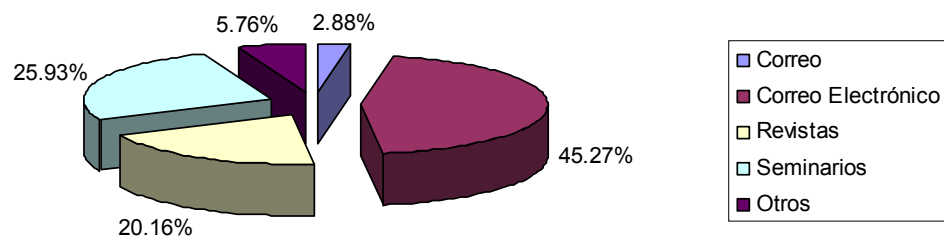


Las evaluaciones que se han dado a cerca de la información que reciben los socios de la Cámara de Comercio son: Excelente con 9%, Buena con 71% y Regular con 20%.

P8. ¿Por qué medios recibe información de la Cámara de Comercio?

Preg8	Frecuencia	Porcentaje
Correo	7	2.88%
Correo Electrónico	110	45.27%
Revistas	49	20.16%
Seminarios	63	25.93%
Otros	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Por qué medios recibe información de la Cámara de Comercio?

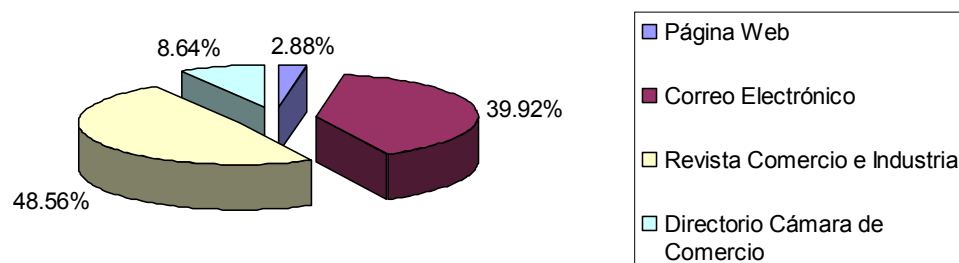


El medio por el cual los socios reciben mas información de la Cámara de Comercio es el correo electrónico ya que representa el 45.27% de los encuestados y por el que menos la reciben es a través de correo solo con el 2.88%.

P9. Para su empresa, ¿Cuál es la herramienta de comunicación más efectiva que utiliza la Cámara de Comercio? (solo puede escoger una opción.)

Preg9	Frecuencia	Porcentaje
Página Web	7	2.88%
Correo Electrónico	97	39.92%
Revista Comercio e Industria	118	48.56%
Directorio Cámara de Comercio	21	8.64%
Total	243	100.00%

Para su empresa, ¿Cuál es la herramienta de comunicación más efectiva que utiliza la Cámara de Comercio? (solo puede escoger una opción.)

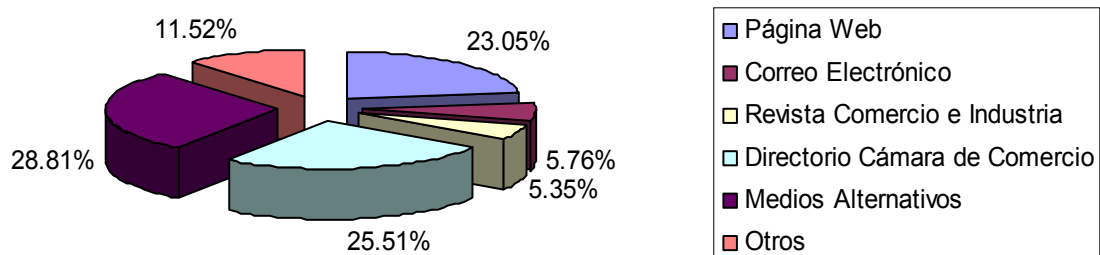


El 8% hace la diferencia entre la herramienta de comunicación mas efectiva para los socios, ya que el 48% considera mas efectiva a la revista Comercio e Industria y el 40% al correo electrónico.

P10. De esas mismas herramientas de comunicación, ¿cuál es la menos efectiva?

Preg10	Frecuencia	Porcentaje
Página Web	56	23.05%
Correo Electrónico	14	5.76%
Revista Comercio e Industria	13	5.35%
Directorio Cámara de Comercio	62	25.51%
Medios Alternativos	70	28.81%
Otros	28	11.52%
Total	243	100.00%

De esas mismas herramientas de comunicación, ¿cuál es la menos efectiva?

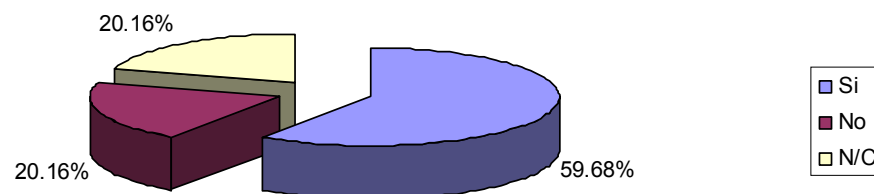


Concordando con el gráfico anterior las herramientas con menor porcentaje en esta pregunta demuestran ser las más efectivas y los medios alternativos serian la opción con menos efectividad que utiliza la Cámara de Comercio

P11. ¿Considera importante la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

Preg11	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	59.68%
No	49	20.16%
N/C	49	20.16%
Total	243	100.00%

¿Considera concisa la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

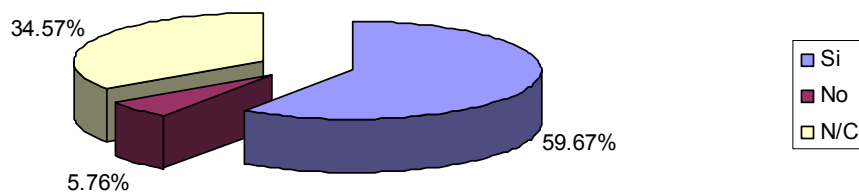


Refiriéndose a la pagina Web, el 60% establece como importante la información de esta herramienta y el 40% restante esta dividido en dos partes iguales, 20% que no la consideran importante y 20% que no saben, porque no han ingresado al sitio o porque no sabían de su existencia.

P12. ¿Considera concisa la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

Preg12	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	59.67%
No	14	5.76%
N/C	84	34.57%
Total	243	100.00%

¿Considera concisa la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

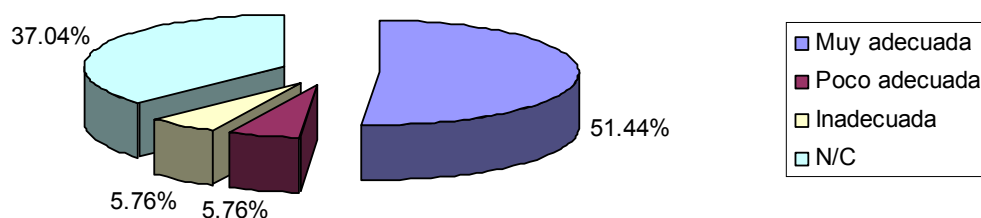


La mayoría con el 60% de los socios contestó que si es concisa la información de la pagina Web. Paralela a la pregunta anterior el 34% representa los que no saben de esta herramienta y solo un 6% que esta no es concisa.

P13. ¿Cómo evalúa la actualización de la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

Preg13	Frecuencia	Porcentaje
Muy adecuada	125	51.44%
Poco adecuada	14	5.76%
Inadecuada	14	5.76%
N/C	90	37.04%
Total	243	100.00%

¿Cómo evalúa la actualización de la información de la página Web de la Cámara de Comercio?

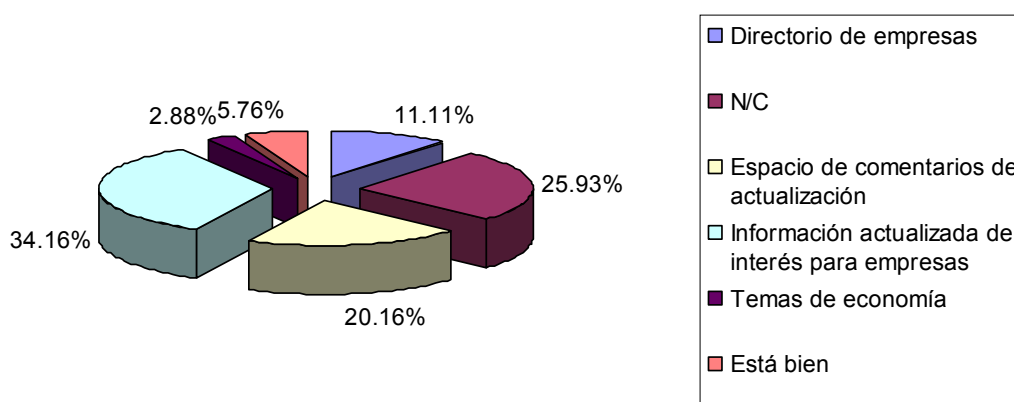


La mayor parte de la población encuestada considera que la actualización de la página Web es muy adecuada representada con el 51%.

P14. ¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la página Web?

Preg14	Frecuencia	Porcentaje
Directorio de empresas	27	11.11%
N/C	63	25.93%
Espacio de comentarios de actualización	49	20.16%
Información actualizada de interés para empresas	83	34.16%
Temas de economía	7	2.88%
Está bien	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la página Web?

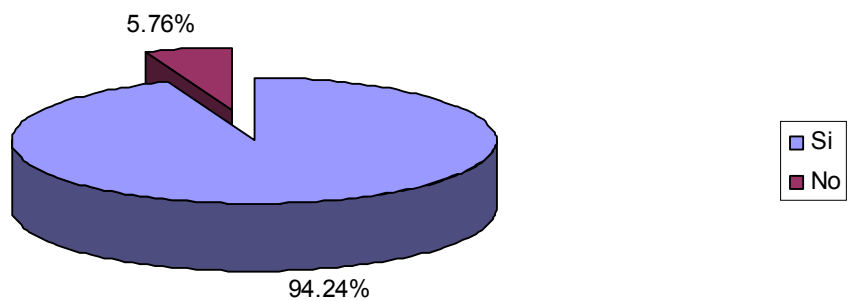


La información que los socios desearían encontrar en la página Web son: Como punto primordial información actualizada de intereses para empresas con 34% (especificas para cada rubro de empresas) y con menos énfasis en los temas de economía en general.

P15. ¿Se le provee cada mes la revista Comercio e Industria?

Preg15	Frecuencia	Porcentaje
Si	229	94.24%
No	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Se le provee cada mes la revista Comercio e Industria?

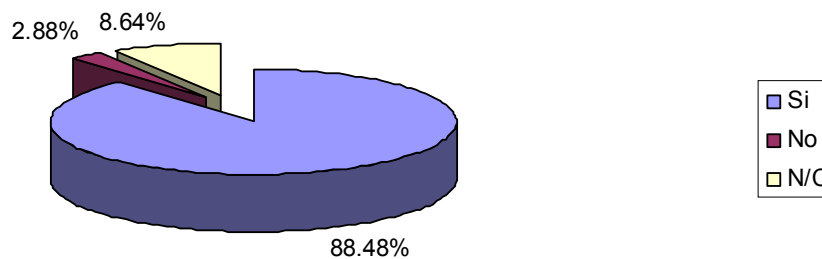


Cada mes el 94% de los socios afirma que recibe la revista Comercio e Industria y solo 6% de ellos no la recibe en ese periodo de tiempo.

P16. ¿Recibe la revista Comercio e Industria en el tiempo establecido?

Preg16	Frecuencia	Porcentaje
Si	215	88.48%
No	7	2.88%
N/C	21	8.64%
Total	243	100.00%

¿Recibe la revista Comercio e Industria en el tiempo establecido?

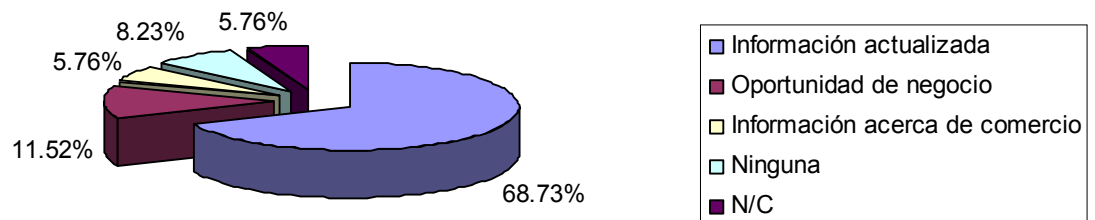


La cantidad de socios que recibe la revista en el tiempo establecido es de 88%, esto mucho mayor que la que no la recibe a tiempo que es solo el 9% y el restante no contesta, es decir, el 3%.

P17. ¿Qué utilidad recibe de la revista?

Preg17	Frecuencia	Porcentaje
Información actualizada	167	68.73%
Oportunidad de negocio	28	11.52%
Información acerca de comercio	14	5.76%
Ninguna	20	8.23%
N/C	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Qué utilidad recibe de la revista?

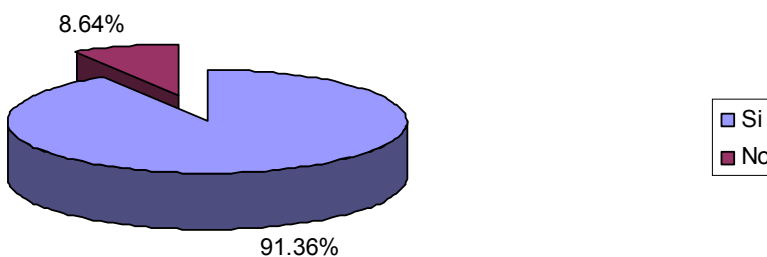


La mayoría de la población considera con un 69% que la utilidad de la revista radica principalmente en brindar información actualizada del acontecimiento empresarial a sus socios.

P18. ¿Considera clara la información de la revista de la Cámara de Comercio?

Preg18	Frecuencia	Porcentaje
Si	222	91.36%
No	21	8.64%
Total	243	100.00%

¿Considera clara la información de la revista de la Cámara de Comercio?

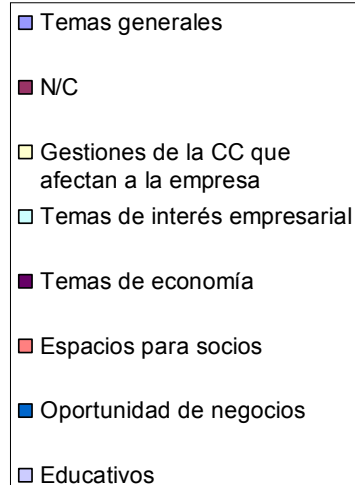
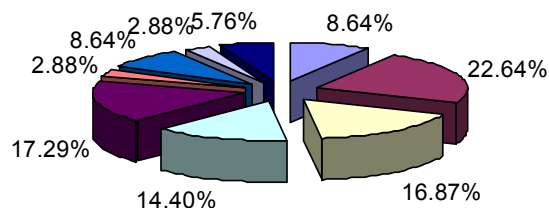


Los socios califican si es clara o no la información que reciben de la revista, esto representado con el 91% afirmando la pregunta y 9% negándola.

P19. ¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la revista?

Preg19	Frecuencia	Porcentaje
Temas generales	21	8.64%
N/C	55	22.64%
Gestiones de la CC que afectan a la empresa	41	16.87%
Temas de interés empresarial	35	14.40%
Temas de economía	42	17.29%
Espacios para socios	7	2.88%
Oportunidad de negocios	21	8.64%
Educativos	7	2.88%
Está bien	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Qué tipo de información esperaría encontrar en la revista?

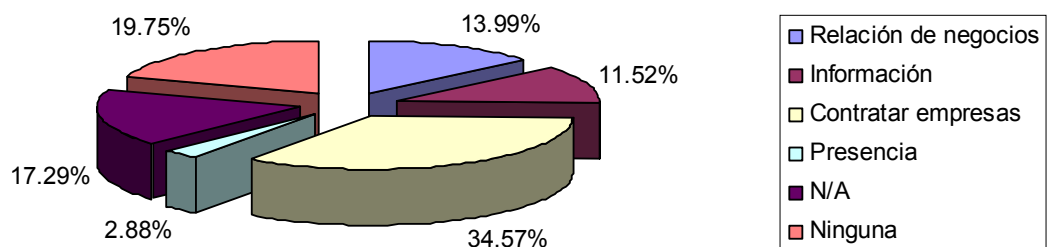


Los porcentajes en esta pregunta están distribuidos con valores no muy diferenciados, el dato que más se repite es que no han contestado nada con 25%, en segundo lugar con 19% gestiones de la Cámara de Comercio que afecten a las empresas y temas de economía y en tercer lugar con 16% temas de interés empresarial.

P20. ¿Qué beneficio obtiene del directorio de la Cámara de Comercio?

Preg20	Frecuencia	Porcentaje
Relación de negocios	34	13.99%
Información	28	11.52%
Contratar empresas	84	34.57%
Presencia	7	2.88%
N/A	42	17.29%
Ninguna	48	19.75%
Total	243	100.00%

¿Qué beneficio obtiene del directorio de la Cámara de Comercio?

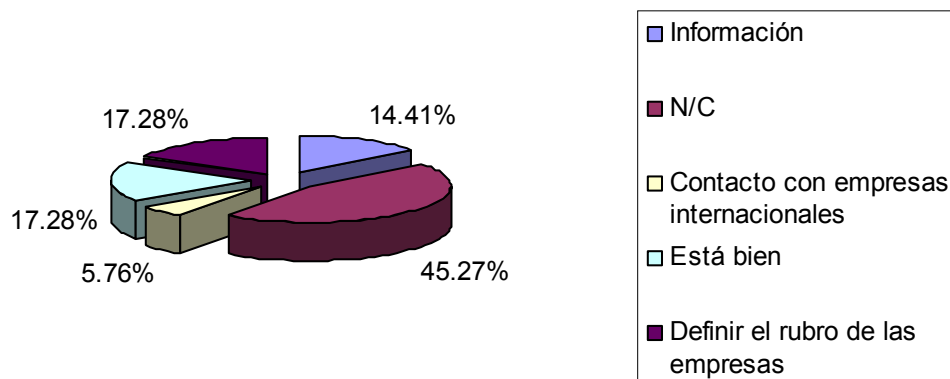


El mayor beneficio que lo socios consideran recibir del directorio de la Cámara de Comercio es el factor de contactar empresas de las cuales necesitan sus servicios, el porcentaje fue de 35%.

P21. ¿Qué información desearía encontrar en el directorio?

Preg21	Frecuencia	Porcentaje
Información	35	14.41%
N/C	110	45.27%
Contacto con empresas internacionales	14	5.76%
Está bien	42	17.28%
Definir el rubro de las empresas	42	17.28%
Total	243	100.00%

¿Qué información desearía encontrar en el directorio?

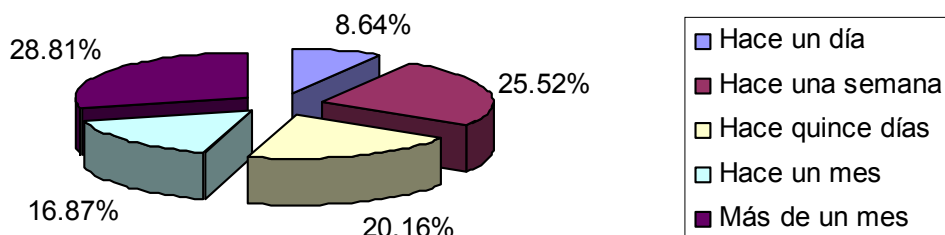


El 45% de la población no contestó o no sabe que información desearía encontrar en el directorio y solo el 6% considera que se debería de tener información de empresas internacionales.

P22. ¿Cuándo fue la última vez que escucho sobre una noticia de la cámara de la comercio en los medios en general?

Preg22	Frecuencia	Porcentaje
Hace un día	21	8.64%
Hace una semana	62	25.52%
Hace quince días	49	20.16%
Hace un mes	41	16.87%
Más de un mes	70	28.81%
Total	243	100.00%

¿Cuándo fue la última vez que escucho sobre una noticia de la cámara de la comercio en los medios en general?

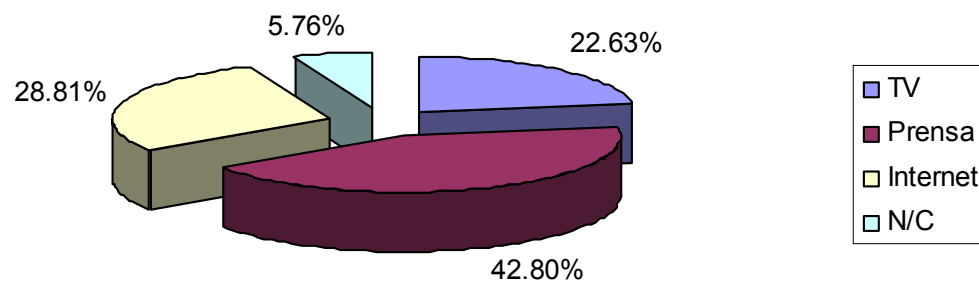


La ultima vez que los socios recuerdan haber observado una noticia en los medios fue hace mas de un mes con un 29%, hace una semana con 25%, hace quince días con 20%, hace un mes con el 17% y hace un día el 9%.

P23. ¿A través de qué medio?

Preg23	Frecuencia	Porcentaje
TV	55	22.63%
Prensa	104	42.80%
Internet	70	28.81%
N/C	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿A través de qué medio?

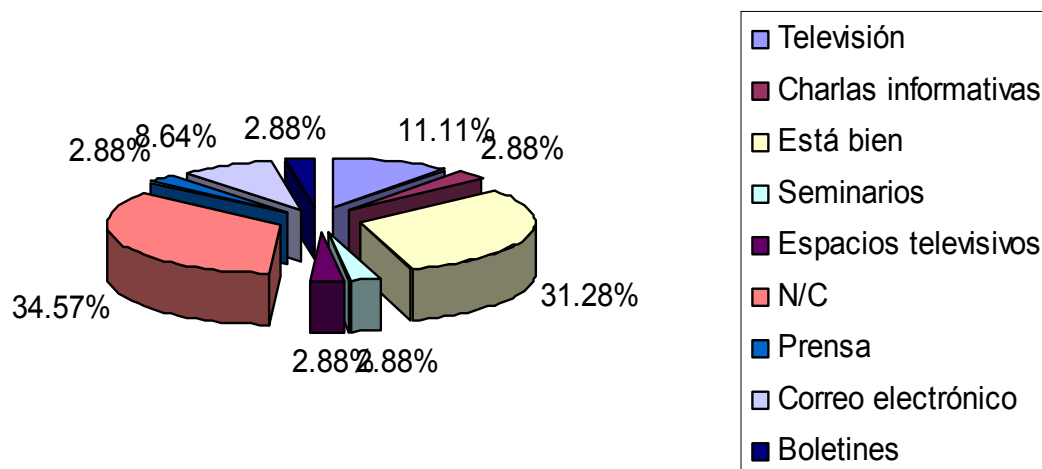


El medio que más se repite es el de prensa con 43% e Internet con 29% de la población encuestada

P24. ¿Por qué otros medios considera que debería comunicarse la Cámara de Comercio?

Preg24	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	27	11.11%
Charlas informativas	7	2.88%
Está bien	76	31.28%
Seminarios	7	2.88%
Espacios televisivos	7	2.88%
N/C	84	34.57%
Prensa	7	2.88%
Correo electrónico	21	8.64%
Boletines	7	2.88%
Total	243	100.00%

¿Por qué otros medios considera que debería comunicarse la Cámara de Comercio?

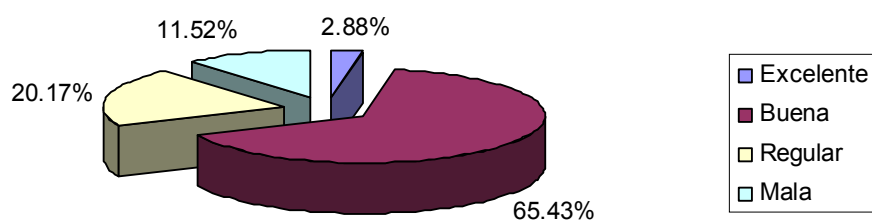


Mas de la mitad de la población encuestada no sabe o considera que están bien los medios que hasta el momento utiliza la Cámara de Comercio para comunicarse con sus socios.

P25. ¿Cómo califica la frecuencia de la Cámara en los medios?

Preg25	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	2.88%
Buena	159	65.43%
Regular	49	20.17%
Mala	28	11.52%
Total	243	100.00%

¿Cómo califica la frecuencia de la Cámara en los medios?

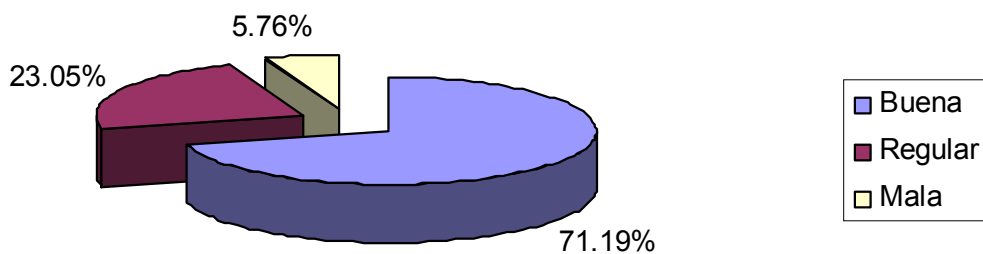


Buena es la opción que mas se repite con 65% calificando la frecuencia de la Cámara de Comercio en los medios y la que menos se menciona es el calificativo de excelente con 3%.

P26. ¿Cómo evalúa la información brindada, a través de los medios, por parte de los diferentes voceros de la Cámara de Comercio?

Preg26	Frecuencia	Porcentaje
Buena	173	71.19%
Regular	56	23.05%
Mala	14	5.76%
Total	243	100.00%

¿Cómo evalúa la información brindada, a través de los medios, por parte de los diferentes voceros de la Cámara de Comercio?

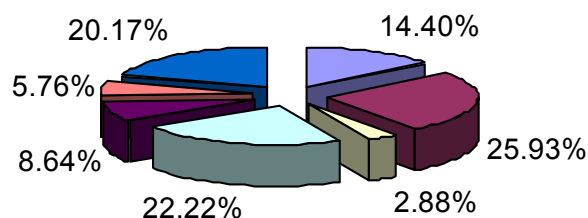


El 71% de los socios considera buena la información que emiten los voceros de la Cámara de Comercio a través de los medios.

P27. ¿En cuáles temas de interés empresarial la Cámara de Comercio e Industria debería pronunciarse?

Preg27	Frecuencia	Porcentaje
Desarrollo profesional	35	14.40%
Economía	63	25.93%
Responsabilidad social empresarial	7	2.88%
Temas empresariales	54	22.22%
Está bien	21	8.64%
Educativos	14	5.76%
N/C	49	20.17%
Total	243	100.00%

¿En cuáles temas de interés empresarial la Cámara de Comercio e Industria debería pronunciarse?



- Desarrollo profesional
- Economía
- Responsabilidad social empresarial
- Temas empresariales
- Está bien
- Educativos
- N/C

Los temas que los socios consideran que la Cámara de Comercio, debería enfocarse mas son: Temas de economía con el mayor porcentaje de 26% y temas empresariales con 22%.

5.2 ANALISIS DE DATOS

Desde hace 95 años, la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, como organización social ha buscado apoyar el desarrollo del sector empresarial del país.

La presente investigación se basó en evaluar las diversas opiniones de los socios de la Cámara de Comercio del Área Metropolitana de San Salvador, sobre el trabajo comunicacional que esta entidad realiza para mantenerlos informados.

Se escogió el Área Metropolitana de San Salvador porque es adonde se concentra la mayor parte de socios de la Cámara y además representa el mayor foco de desarrollo económico. En cuanto al rubro de cada empresa, podemos observar que el 45.26% de las encuestadas pertenece al sector *servicios*, que son aquellas empresas dedicadas a brindar un servicio a la comunidad o público específico. Llámese a este servicio transporte, ventas, de educación, seguridad, etc.

El 25.93% al área *Comercial*, que son las empresas intermediarias entre productor y consumidor donde su propósito principal es la venta de productos terminados.

Un 20.17% al sector *industrial*, el rubro dedicado a la producción de bienes mediante la transformación de materias primas.

Quedando el sector *agropecuario*, que son aquellas empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de productos relacionados al área agrícola y el *financiero* rubro dedicado al apoyo en materia de capital a otras empresas o personas con un 5.76% y 2.88%, respectivamente.

La mayoría de las empresas encuestadas se asoció a la Cámara de Comercio buscando apoyo. Así respondió el 25.93%. La segunda razón es “mantenerse informados”, según el 14.40%; la defensa de intereses y por ser una institución

de prestigio, ambas con un 14%; mientras que un 11.53% como una manera de darse a conocer.

Los encuestados, en su mayoría tienen de 6 a 11 años de estar agremiados a la Cámara. El 43.21% está asociado desde hace seis o diez años; el 39.95%, desde hace once años; y solo un 16.88% tiene de uno a cinco años.

Adentrándonos en el tema de la investigación, se descubrió que para un 91.36% la información recibida de parte de la Cámara de Comercio es necesaria para su empresa, y solo un 8.64% no la considera necesaria. Esto indica que la función informativa que la Cámara de Comercio realiza es de beneficio para los empresarios.

Al calificar la calidad de la información que la Cámara de Comercio e Industria envía a través de los canales de comunicación, para un 79.84% es “buena”; mientras que para un 11.52% es “excelente”; y solo un 5.76%, la considera “mala”. Así la hipótesis general de la investigación, la cual dice que la Cámara de Comercio genera opiniones positivas sobre su trabajo comunicacional, si se cumple.

Al indagar sobre la cantidad de información enviada por parte de la organización, el 71.19% la considera buena, mientras que para el 20.17% es regular y el 8.64% es excelente. La frecuencia con que es recibida la información de parte de la Cámara, es del 77.37% dijo que mensual y el 22.63% semanal.

El tipo de información que es enviada a los socios, consiste en noticias del ámbito económico y empresarial, como ventas, administración, contabilidad, mercadeo y macroeconomía.

Dentro del listado de herramientas de comunicación que utiliza la Cámara de Comercio para transmitir sus mensajes, se descubrió que para los socios, la herramienta más efectiva es la revista Comercio e Industria, mencionada por el 48.56% , seguido por los correos electrónicos con un 39,92%. La revista es un

medio de comunicación institucional que sirve para dar a conocer los pensamientos y posiciones de la Cámara ante los acontecimientos sociales que afecten o beneficien a los agremiados.

Caso contrario es que la menos efectiva son los medios alternativos con un 28,81% de mención, el Directorio de la Cámara con 25,51% y la página web de la institución con 23,05%. Por lo tanto no se cumple la hipótesis dos de esta investigación, la cual dice que el mensaje de la página web es el más aceptado por los socios de la Cámara de Comercio.

Pese a que la hipótesis dos de la investigación fue rechazada, las funciones de la página web y su mantenimiento fueron bien evaluadas durante la encuesta. Al evaluar la importancia de la información que se encuentra en la página web, solo un 59,68% contesto que si la considera importante, mientras que el 40,36% no contesto o no la considera importante, y esto se debe a que algunos socios contestaron que rara vez accedían a la página web y algunos no sabían de la existencia de esta.

Sobre la consideración de que si la información de la página web es concisa, el mismo 59,67% considera que si cumple esa cualidad.

Sobre el tipo de información que desearía encontrar en la web, el 34,16% le gustaría ver información actualizada de interés para las empresas, ya que tomando en cuenta la razón por la cual los socios de la Cámara de Comercio han formado parte de esta, es buscando apoyo para su desarrollo, este equivale al 25,93% de los que no contestaron y un 20,16% pidió espacios de comentarios de actualización.

En cuanto a la revista Comercio e Industria, que se publica cada mes, el 94,24% afirmo que si la recibe en el tiempo establecido mientras que el resto dijo que no.

Un punto muy importante a descubrir, era saber que utilidad reciben los socios de la Cámara con la revista.

El 68.7% de los encuestados contestó que les brinda información actualizada de interés para su empresa, seguido por un 11,52% que menciona oportunidades de negocios, y el 5,76% información acerca del comercio en general.

Sobre si esta información que les brinda la revista es clara, el 91,36% responde que si, que los mensajes son de manera clara y detallada.

Sobre qué tipo de información desearía que la revista tratara, 17,29% dijo que temas económicos, 16,87% gestiones de la Cámara de Comercio que afecten a las empresas, un 22.64% no contesto, pero todas las respuestas relacionadas con el tema económico.

Toda organización, para que su comunicación sea efectiva, debe contar con los canales idóneos para conseguir los objetivos planteados. En cuanto a la presencia mediática que ha tenido la Cámara de Comercio, se preguntó a los socios cuando había sido la última vez que observó sobre una noticia de esta en algún medio, un 28.81% dijo que hace más de un mes, hace una semana el 25.52%, quince días un 20.16%.

En cuanto al medio donde más ha observado noticias sobre la Cámara, la prensa es el principal canal con un 42.80% de mención, seguida por internet que supera a la TV con un 28.81% y un 22.63% respectivamente. Esto es lógico si recordamos que el correo electrónico es una de las herramientas que más utilizan los socios y a través de la cual la Cámara los mantiene informados.

Sobre la frecuencia con que aparecen noticias de la Cámara en estos medios, para un 65.43% es buena, solo un 11.52% considera malo el tiempo de exposición.

Además de la presencia mediática, se indagó sobre la información brindada de los diferentes voceros de la Cámara (Presidente) en los medios, y un 71.19% consideran buena, el 23.05% regular y solo un 5.76% dijo mala.

Aprovechando el apoyo que brindan los medios para difundir los mensajes, sobre cuales temas de interés empresarial debería pronunciarse la cámara, un 63% dijo sobre economía en general, el 22.22% expresó que aborde temas empresariales, 14.40% sobre desarrollo profesional, para un 5.76% sobre temas educativos y 2.88% sobre responsabilidad Social Empresarial.

5.3 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis general	preguntas	resultado
	4	aprobada
	22	aprobada
	25	aprobada
	26	aprobada

Hipótesis 1	preguntas	resultado
	5	aprobada
	8	aprobada
	9	aprobada
	10	aprobada

Hipótesis 2	preguntas	resultado
	11	aprobada
	12	aprobada
	13	aprobada

Tal y como se comprueba en el cuadro anterior, tanto las hipótesis específicas como la general es aprobada, por lo tanto se confirma la hipótesis general que dice: “La Cámara de Comercio genera **opiniones positivas** sobre su trabajo comunicacional entre sus socios de la ciudad de San Salvador.”