

# Comunicación y sociología



INCIS tiene su sede en el complejo de Área Central de Santiago de Compostela.

La comunicación corporativa es, sin duda, una poderosa herramienta para proyectar de una manera eficiente la imagen, la visión y misión de una empresa a la sociedad en general y a su público objetivo en particular. Se trata de una actividad amplia, compleja y llena de posibilidades, como bien saben los responsables del Instituto de Comunicación e Investigaciones Sociológicas (INCIS), firma con más de quince años de presencia en el sector, a cuya dilatada trayectoria hay que sumar la experiencia previa aportada por los profesionales que la crearon en 1990. La comunicación corporativa es un fenómeno rela-

tivamente reciente en nuestro país, pero la firma ya detectó por aquel entonces la existencia de un mercado con claro potencial de crecimiento y, lo que es más importante, confiaba en sus capacidades profesionales para adentrarse en él con éxito. No se equivocaron. En la actualidad, INCIS trabaja para algunas empresas muy importantes de ámbito nacional y no sólo cubre las necesidades de sus clientes en materia de comunicación, sino que además realiza estudios sociológicos. La compañía factura alrededor de 900.000 euros y cuenta con una plantilla formada por ocho trabajadores.

## ACTIVIDAD:

Servicios de comunicación corporativa y estudios sociológicos

## PRODUCTOS:

Desarrollo de estrategias de comunicación  
Relaciones con los medios  
Elaboración de estudios

## CLIENTES OBJETIVO:

Empresas del sector privado  
Administraciones

## FACTURACIÓN:

900.000 euros

## PLANTILLA:

8 trabajadores



El director de INCIS, reunido con su equipo.

## DOMICILIO SOCIAL

Polígono de Fontiñas. Edificio Area Central. Planta Primera, 31 N-O. 15707 Santiago de Compostela

## PÁGINA WEB

www.incis.net

## CORREO ELECTRÓNICO

info@incis.net

## TELÉFONO:

981 575 244

## FAX:

981 575 256

## RESPONSABLE

David Cheda Piñón



INCIS es desde hace años un referente en la Comunicación gallega.

## Un sector nuevo en Galicia

El responsable de INCIS recuerda que a principios de la década de los noventa la comunicación corporativa que se realizaba en Galicia procedía fundamentalmente de firmas de fuera de la Comunidad. Sin embargo, el crecimiento económico experimentado durante la década comenzó a exigir a las empresas un mayor dinamismo en este ámbito, favoreciendo el desarrollo de un sector autóctono con capacidad para satisfacer las necesidades de comunicación de las empresas gallegas grandes o pequeñas.

### Factores clave

- Rigor en el desarrollo de la labor profesional
- Adaptación al entorno social
- Disponibilidad y proximidad al cliente

DAVID CHEDA PIÑÓN / Director

## “Trabajar con empresas líderes nos ayudó a especializarnos”

Como sucede en otras muchas empresas y áreas de actividad, la creación del Instituto de Comunicación e Investigaciones Sociológicas en 1990 fue fruto de la iniciativa de un grupo de profesionales con experiencia en el sector de la comunicación que decidieron unirse para desarrollar su propio proyecto empresarial. “Algunos teníamos experiencia en el área de comunicación corporativa de la Administración pública y también en gestión de medios de comunicación”, recuerda David Cheda Piñón, Director de la compañía. De hecho, el currículum de Cheda atesora ya antes de unirse al proyecto una larga trayectoria profesional: desde una empresa editorial en Madrid a una jefatura de prensa de la Xunta de Galicia, pasando por diversos cargos en distintos periódicos gallegos.

Desde sus inicios, INCIS tiene en su nómina de clientes a un gran grupo eléctrico y energético de este país que ha marcado de manera notable y muy positiva la evolución de la empresa a lo largo de todos estos años. “Trabajar desde el principio para una empresa líder muy exigente fue muy beneficioso desde el punto de vista profesional, ya que nos ayudó a especializarnos en la gestión de la comunicación de grandes corporaciones”, afirma David Cheda.

En este sentido, la filosofía empresarial de IN-

CIS ha girado siempre en torno al desarrollo de una labor profesional basada en el rigor, en “el conocimiento del terreno y en la disponibilidad y la proximidad al cliente”. Todo ello sin olvidar la capacidad de la firma para adaptarse al entorno social con el fin de determinar cuál

es la estrategia más adecuada para cada cliente en cada momento.

La actividad de INCIS no se limita al ámbito de la comunicación corporativa, sino que abarca también la elaboración de estudios sociológicos, materias que el Director de la compañía considera muy relacionadas porque “a la hora de

plantear estrategias de comunicación, es imprescindible realizar un estudio previo”.

La compañía ha comenzado a trabajar fuera de Galicia a través de algunos de sus clientes que también tienen presencia en el resto de España. Sin embargo, se trata de una incursión todavía incipiente. “Estamos abriéndonos un poco a otros mercados –afirma Cheda-, pero nuestras mayores capacidades están aquí”.

Aunque hace ya tiempo que las empresas han comenzado a percibir los beneficios que se derivan de una adecuada política de comunicación, el sector en

Galicia aún tiene margen de desarrollo. De hecho, algunas empresas sólo recurren a la comunicación “lamentablemente cuando tienen un problema”, concluye el Director de INCIS.



David Cheda atesora una gran experiencia en el mundo de la Comunicación.

*“Algunas empresas recurren a la comunicación sólo cuando tienen problemas”*