

**ENCUESTA GENERAL SOBRE LA CALIDAD  
Y RESPONSABILIDAD SOCIAL  
CORPORATIVA EN LA EMPRESA DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

## **NOTA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO**

Para obtener los resultados de la encuesta sobre la Responsabilidad Social Corporativa de los periódicos y grandes canales de televisión de España, se realizaron llamadas a todas las empresas seleccionadas, observando una tasa de respuesta bastante aceptable, próxima al 30 por ciento, en función del limitado número de medios (universo del estudio).

Como en los anteriores estudios, la tasa de respuesta depende bastante de la perseverancia del entrevistador. Es evidente que las RSC es un tema siempre incómodo, resultando los medios de comunicación los menos colaboradores.

Dado el limitado número de empresas (universo), se seleccionó a los entrevistadores que obtenían mejor índice de respuestas efectivas. Por otra parte, ante la inhibición de respuestas inmediatas, se dejó la opción de poder responder una vez estudiado el cuestionario, sin obtener respuestas.

De cualquier forma, se han obtenido una muestra bastante aceptable, todas por entrevista telefónica, con un error máximo consecuente inferior al nueve por ciento, trabajando a un nivel de confianza del 95 por ciento, datos válidos para este tipo de estudio.

## **FICHA TÉCNICA**

<b>Empresa que realiza el estudio</b>	Información Técnica y Científica SL (Infortécnica)
<b>Muestra</b>	74 personas que ocupan un alto cargo dentro de su empresa.
<b>Margen de error de la muestra</b>	A un nivel de confianza del 95%, el margen de error máximo es inferior al 9% (+/- 4,5%).
<b>Universo</b>	Grandes cadenas, diarios y grupos mediáticos.
<b>Tipo de entrevista</b>	Entrevista telefónica
<b>Fecha del sondeo</b>	Julio y septiembre de 2009
<b>Datos de Infortécnica</b>	C/ Lepanto 422 08025 Barcelona Tel: 934334243 Fax: 934351627

[Http://www.infortecnica.com](http://www.infortecnica.com)

## EMPRESA FAMILIAR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

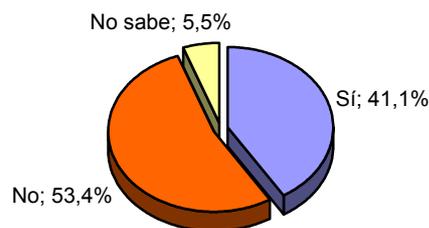
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Es su empresa de capital familiar?

Análisis general sobre todas las empresas

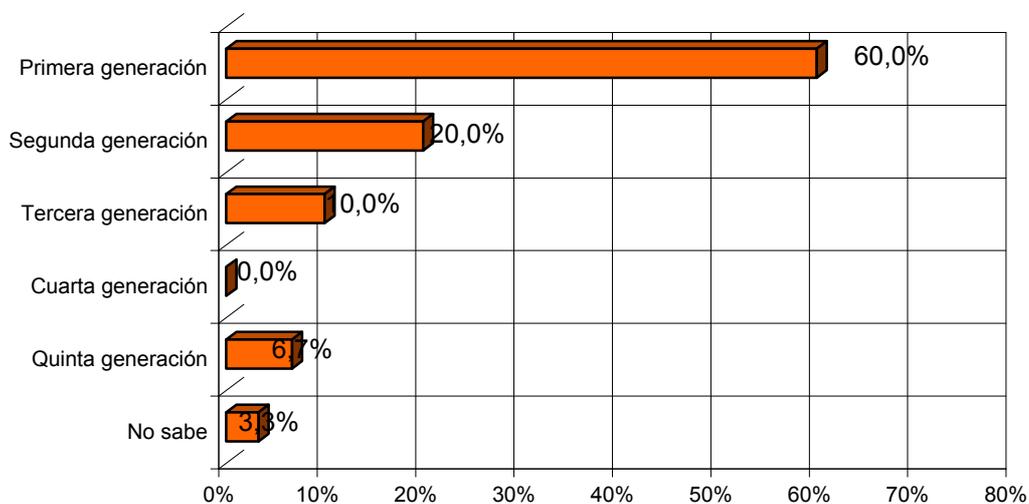
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	41,1%	4,4%
No	53,4%	4,5%
No sabe	5,5%	2,0%



## ¿Qué generación familiar es propietaria y/o está al frente de ella?

Análisis sobre las empresas de capital familiar

Respuesta	Porcentaje
Primera generación	60,0%
Segunda generación	20,0%
Tercera generación	10,0%
Cuarta generación	0,0%
Quinta generación	6,7%
No sabe	3,3%



# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Trabaja el/los empresario/s en ella?

Análisis sobre las empresas de capital familiar

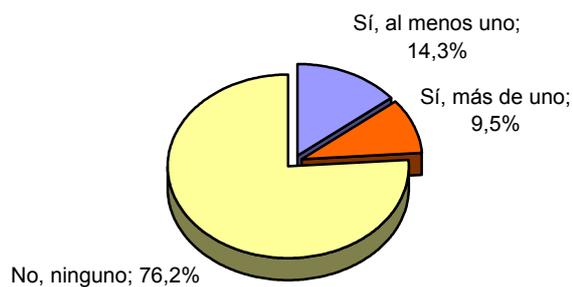
Respuesta	Porcentaje
Sí, al menos uno	34,5%
Sí, más de uno	44,8%
No, ninguno	20,7%
No sabe	0,0%



## ¿El/los empresarios trabajan en Redacción?

Análisis sobre las empresas de capital familiar

Respuesta	Porcentaje
Sí, al menos uno	14,3%
Sí, más de uno	9,5%
No, ninguno	76,2%
No sabe	0,0%



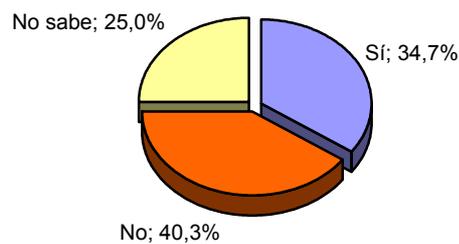
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Cree que la propiedad familiar es un valor en la empresa mediática?

Análisis general sobre todas las empresas

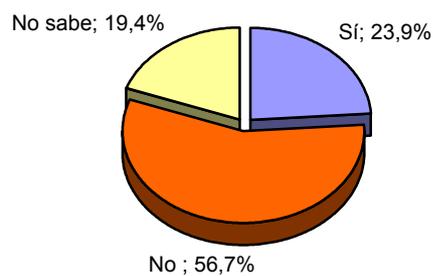
Respuesta	Porcentaje
Sí	34,7%
No	40,3%
No sabe	25,0%



## ¿La propiedad familiar garantiza el futuro de la empresa mediática?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje
Sí	23,9%
No	56,7%
No sabe	19,4%



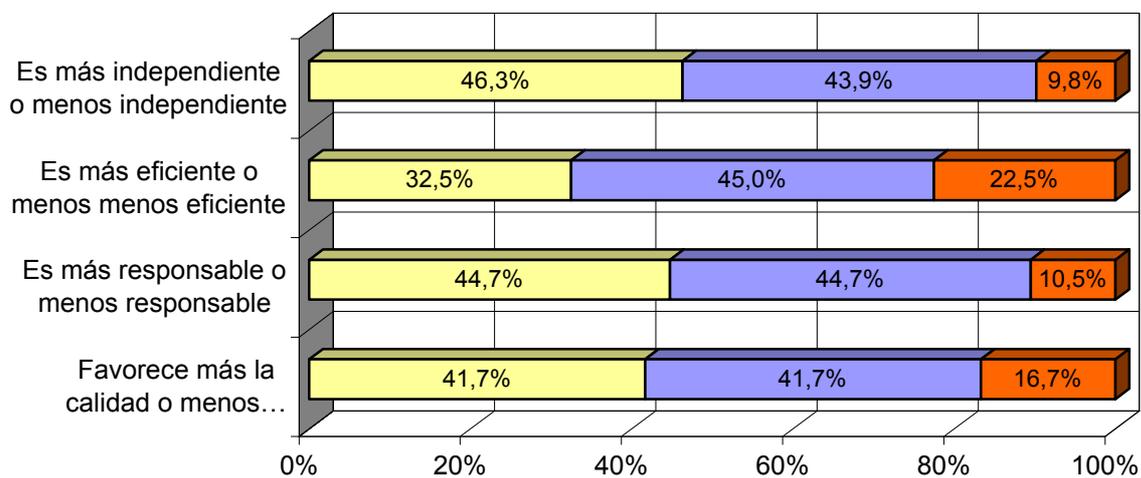
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Cómo definiría el perfil de la empresa familiar mediática en relación al resto de empresas mediáticas?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Más	Igual	Menos
Es más independiente o menos independiente	46,3%	43,9%	9,8%
Es más eficiente o menos eficiente	32,5%	45,0%	22,5%
Es más responsable o menos responsable	44,7%	44,7%	10,5%
Favorece más la calidad o menos...	41,7%	41,7%	16,7%



- Más
- Igual
- Menos

Perfil de la empresa mediática de capital familiar

## GESTIÓN, CALIDAD Y TRANSPARENCIA

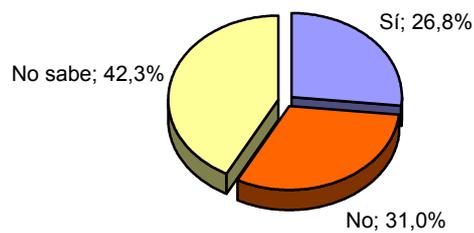
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Su empresa y/o medio cuenta con declaración escrita de misión?

Análisis general sobre todas las empresas

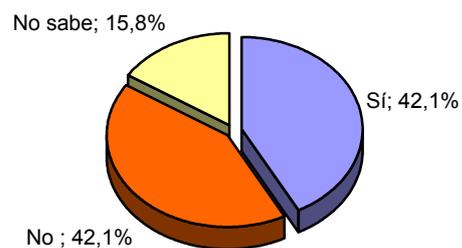
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	26,8%	4,0%
No	31,0%	4,1%
No sabe	42,3%	4,4%



## ¿Su declaración explícita de misión figura en la Web?

Análisis sobre las empresas que cuentan con una declaración escrita de misión

Respuesta	Porcentaje
Sí	42,1%
No	42,1%
No sabe	15,8%



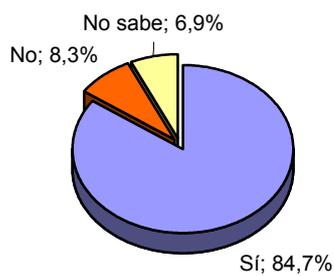
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Los datos de su estructura corporativa se incluyen en sus medios?

Análisis general sobre todas las empresas

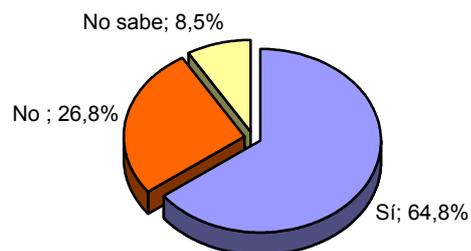
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	84,7%	3,2%
No	8,3%	2,5%
No sabe	6,9%	2,3%



## ¿Se incluyen los datos de su estructura corporativa en la Web?

Análisis sobre las empresas que publican su estructura corporativa

Respuesta	Porcentaje
Sí	64,8%
No	26,8%
No sabe	8,5%



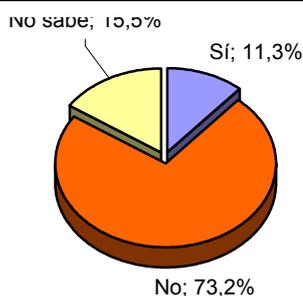
## INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

### ¿Se puede acceder a la memoria anual de cuentas y gestión a través de la Web?

Análisis general sobre todas las empresas

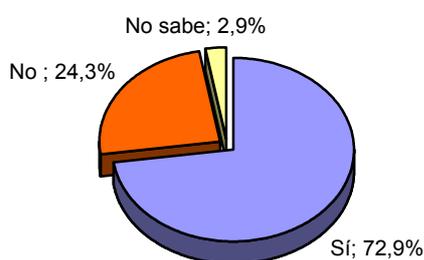
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	11,3%	2,8%
No	73,2%	4,0%
No sabe	15,5%	3,2%



### ¿Cuentan su medio con manual y/o normas de estilo?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	72,9%	4,0%
No	24,3%	3,8%
No sabe	2,9%	1,5%



### ¿Son de acceso público el manual y/o normas de estilo?

Respuesta	Porcentaje
Sí, a través de la web	6,1%
Sí, a través de otros medios (libros o documentos)	18,4%
No	75,5%

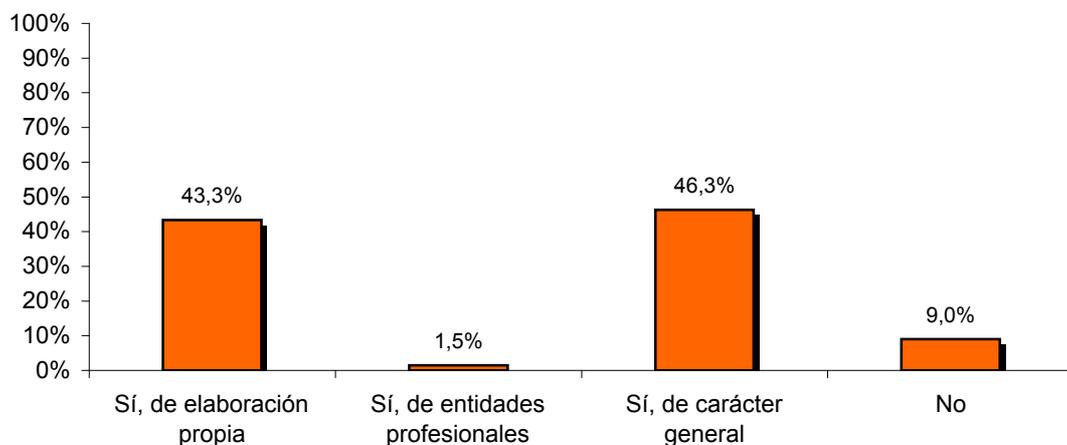
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Aplican sus medios códigos éticos?

Análisis general sobre todas las empresas

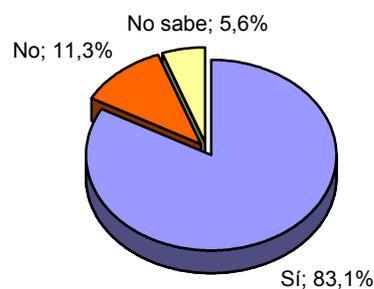
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí, de elaboración propia	43,3%	4,4%
Sí, de entidades profesionales	1,5%	1,1%
Sí, de carácter general	46,3%	4,5%
No	9,0%	2,6%



## ¿Piensa aplicar códigos ético en el futuro?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	83,1%	3,3%
No	11,3%	2,8%
No sabe	5,6%	2,1%



Independientemente de lo que decidan en un futuro, el 92% de los entrevistados considera que aplicar códigos éticos ayuda a mejorar la calidad.

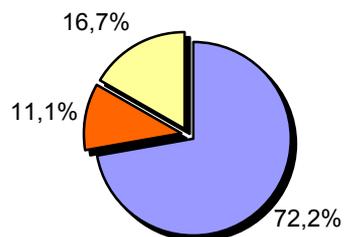
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Cree que las normas ISO se podrían aplicar en los medios informativos?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	72,2%	4,0%
No	11,1%	2,8%
No sabe / desconoce qué son las normas ISO	16,7%	3,3%



■ Sí   ■ No   ■ No sabe / desconoce qué son las normas ISO

Las razones que han argumentado quienes consideran que las normas ISO no pueden aplicarse a los medios informativos son, entre otras: Por razones políticas. Porque las normas ISO están pensadas mayoritariamente para aplicarse en la fabricación de productos o simplemente porque los criterios periodísticos no pueden evaluarse.

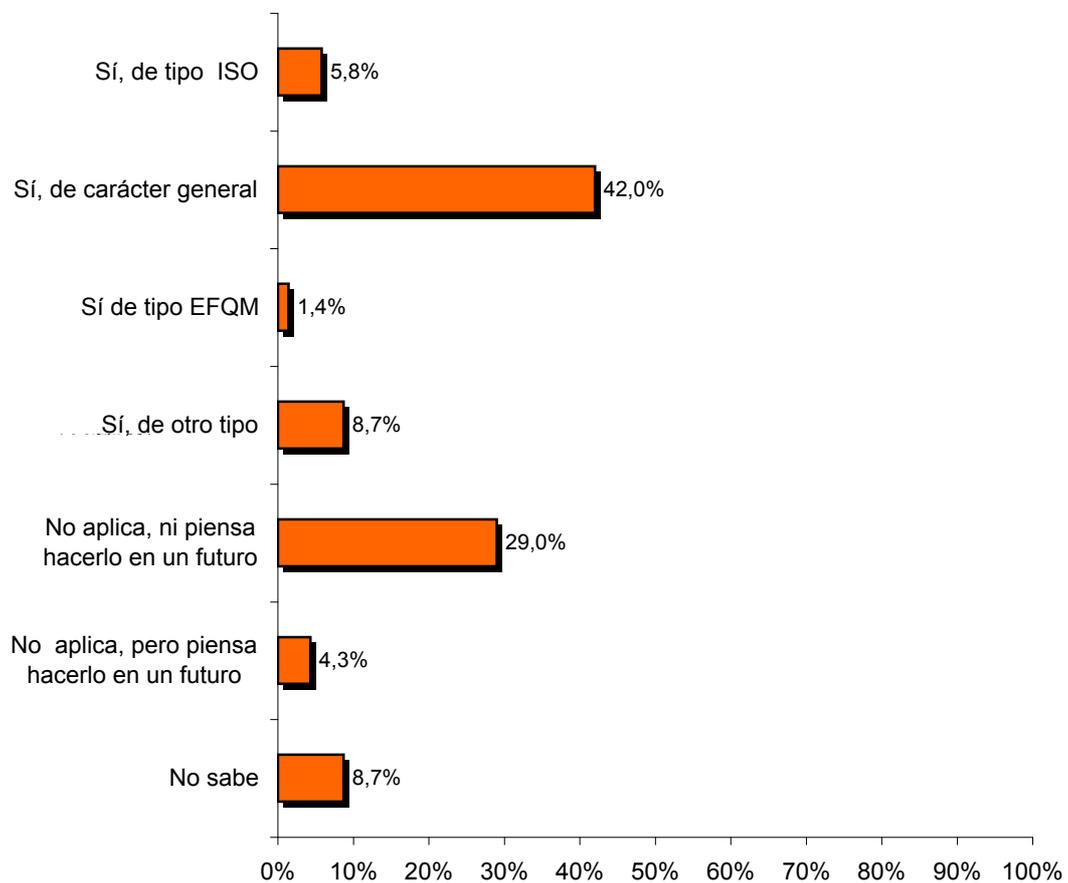
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Aplica su medio normas y estándares de calidad?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí, de tipo ISO	5,8%	2,1%
Sí, de carácter general	42,0%	4,4%
Sí de tipo EFQM	1,4%	1,0%
Sí, de otro tipo	8,7%	2,5%
No aplica, ni piensa hacerlo en un futuro	29,0%	4,0%
No aplica, pero piensa hacerlo en un futuro	4,3%	1,8%
No sabe	8,7%	2,5%



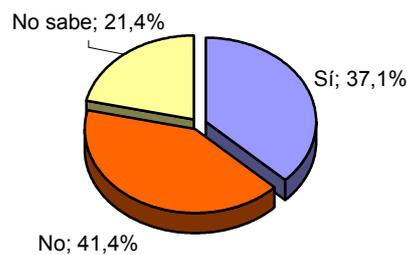
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Realiza su medio auditorías de calidad?

Análisis general sobre todas las empresas

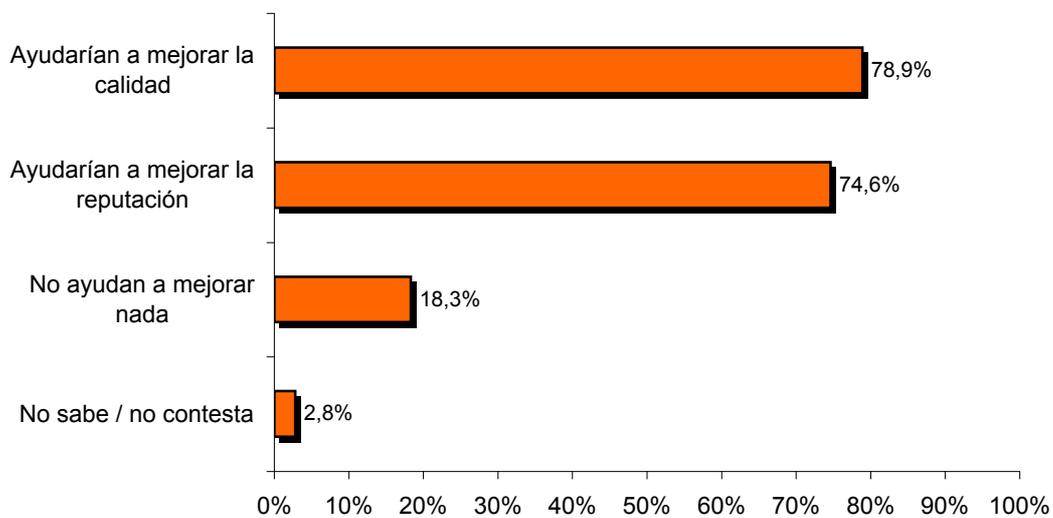
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	37,1%	4,3%
No	41,4%	4,4%
No sabe	21,4%	3,7%



## ¿Cree que las auditorías ayudarían a mejorar la calidad y la reputación?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje de casos
Ayudarían a mejorar la calidad	78,9%
Ayudarían a mejorar la reputación	74,6%
No ayudan a mejorar nada	18,3%
No sabe / no contesta	2,8%



## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

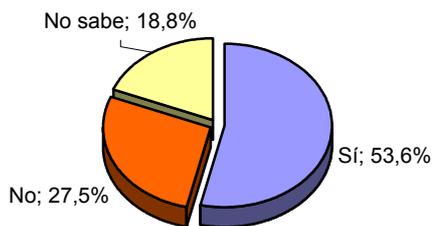
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Ese medio y/o empresa realiza acciones de RSE?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	53,6%	4,5%
No	27,5%	4,0%
No sabe	18,8%	3,5%



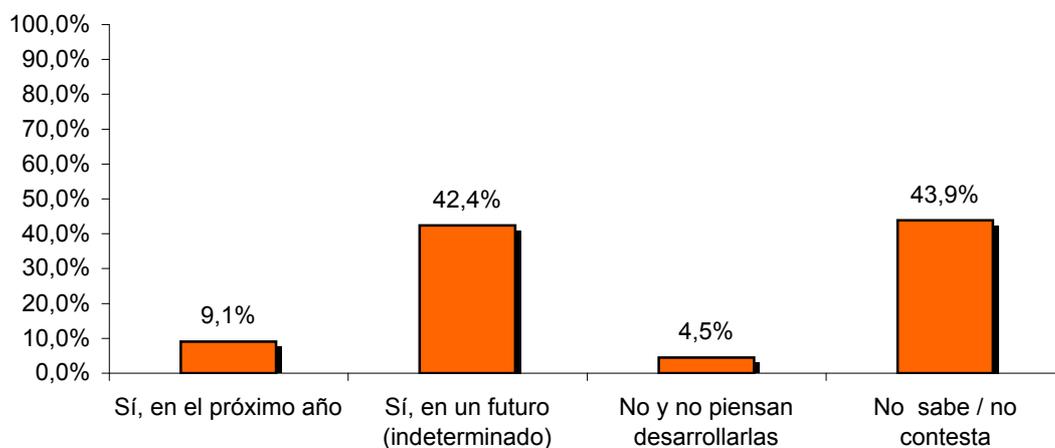
Al preguntar desde cuándo realizan acciones de RSE, las repuestas han sido:

- Un 8,7% entre los 2 a 3 últimos años.
- Un 5,9% entre los 4 a 5 últimos años.
- Un 11,8% entre los 5 a 10 últimos años.
- Un 58,8% hace más de 10 años.
- el 14,8% restante, desconoce este dato.

## Piensa desarrollar en el futuro acciones de RSE?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí, en el próximo año	9,1%	2,6%
Sí, en un futuro (indeterminado)	42,4%	4,4%
No y no piensan desarrollarlas	4,5%	1,9%
No sabe / no contesta	43,9%	4,4%



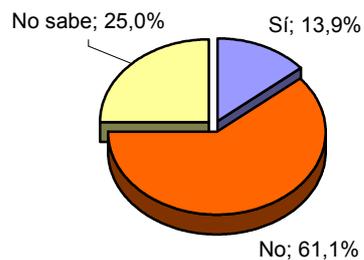
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Realiza memorias anuales de RSE?

Analisis general sobre todas las empresas

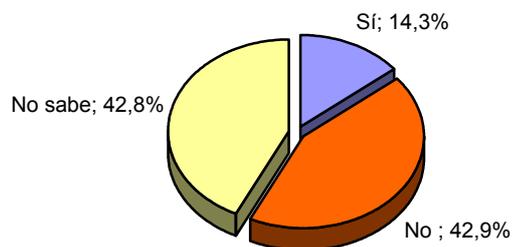
Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	13,9%	3,1%
No	61,1%	4,4%
No sabe	25,0%	3,9%



## ¿Realiza auditorías de RSE?

Analisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Sí	14,3%	3,1%
No	42,9%	4,4%
No sabe	42,8%	4,4%



# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿Cree que la RSE puede ayudar a superar la crisis actual de los medios?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Si, porque tienen que esforzarse en el crecimiento sostenible y en la reputación	45,3%	4,4%
No, porque las empresas deben concentrarse en saneamiento y modelos de negocio	29,7%	4,1%
No sabe	25,0%	3,9%



# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

**¿En qué medida cree que la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa debería ayudar a la empresa mediática? Valore de 1 a 10 cada una de las siguientes cuestiones:**

Analisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Puntuación media	Desviación estándar
Mejorara de las relaciones laborales	6,6	2,6
Mejora de relación con los grupos de interés	6,6	1,5
Mejora de la credibilidad y la calidad	8,2	1,1
Mejora de la confianza y la reputación	8,2	0,8
Mejora de las relaciones con sus audiencias	7,6	1,5
Mejora de las relaciones con sus proveedores	6,8	1,6
Mejora de la relación con la Administración	6,2	0,8
Mejora de las retribuciones de su personal	5,6	2,3
Mejora de la estima general de la sociedad	7,8	1,6
Mejora de su futuro estratégico	6,6	0,9



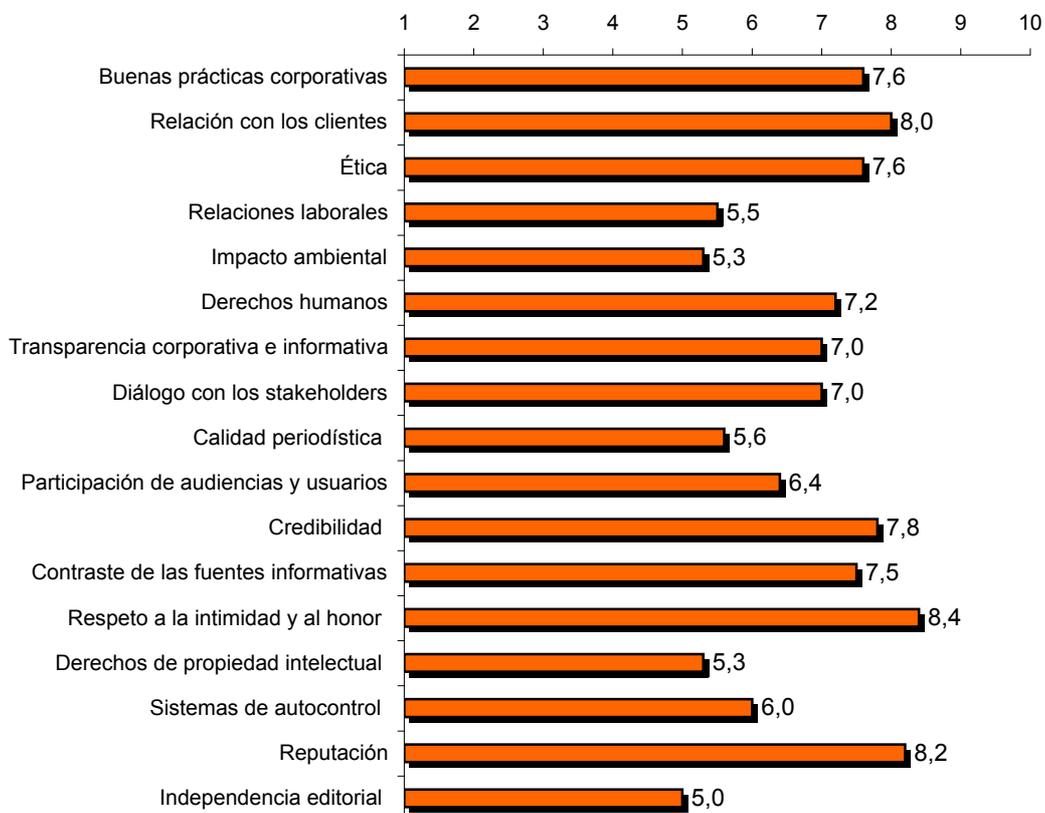
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## Valore de 1 a 10 cada uno de los aspectos siguientes en relación a la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa mediática

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Puntuación media	Desviación estándar
Buenas prácticas corporativas	7,6	0,9
Relación con los clientes	8,0	0,7
Ética	7,6	1,3
Relaciones laborales	5,5	1,7
Impacto ambiental	5,3	1,0
Derechos humanos	7,2	1,3
Transparencia corporativa e informativa	7,0	1,9
Diálogo con los stakeholders	7,0	1,4
Calidad periodística	5,6	2,8
Participación de audiencias y usuarios	6,4	0,9
Credibilidad	7,8	1,3
Contraste de las fuentes informativas	7,5	1,0
Respeto a la intimidad y al honor	8,4	0,5
Derechos de propiedad intelectual	5,3	3,5
Sistemas de autocontrol	6,0	0,8
Reputación	8,2	0,8
Independencia editorial	5,0	2,7



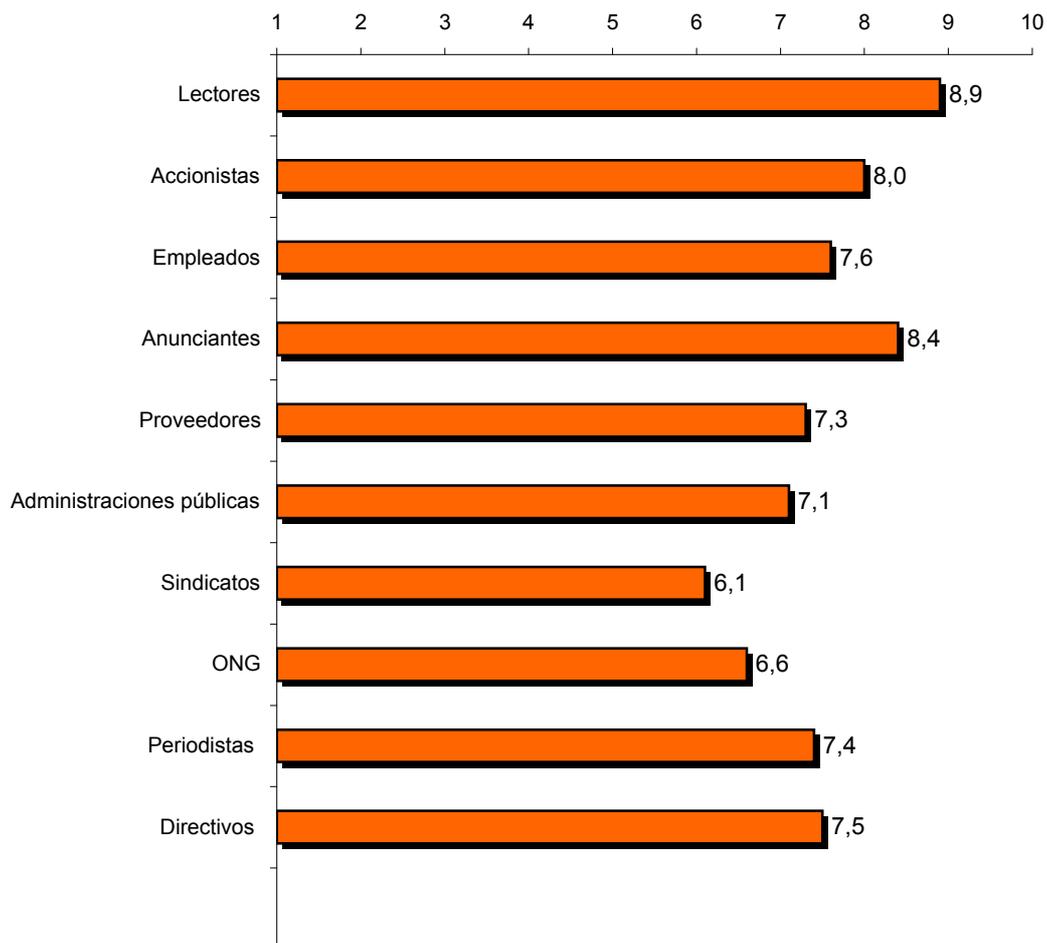
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## Valore de 1 a 10 la importancia para su empresa de los stakeholders o grupos de interés siguientes

Analisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Puntuación media	Desviación estándar
Lectores	8,9	1,2
Accionistas	8,0	2,0
Empleados	7,6	1,8
Anunciantes	8,4	1,8
Proveedores	7,3	1,3
Administraciones públicas	7,1	1,6
Sindicatos	6,1	1,8
ONG	6,6	1,9
Periodistas	7,4	2,1
Directivos	7,5	1,9



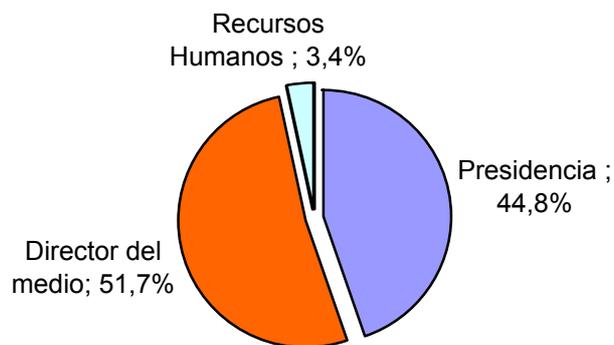
# INFORTÉCNICA

REF:son-resp.social.poblacion01/j09

## ¿A nivel de estructura organizativa, de quién depende el desarrollo de la RSE?

Análisis general sobre todas las empresas

Respuesta	Porcentaje	Margen de error (+/-)
Presidencia	44,8%	4,4%
Director del medio	51,7%	4,5%
Comunicación	0,0%	0,0%
Recursos Humanos	3,4%	1,6%
Marketing	0,0%	0,0%
Relaciones institucionales	0,0%	0,0%
Otro (especificar)	0,0%	0,0%



## ¿Qué porcentaje de recursos económicos asigna la empresa a acciones de RSE?

Las respuestas obtenidas de las empresas que destinan capital a acciones de RSE, han sido: un 66,7 % de las empresas destina menos del 1% de la facturación y el 33,3% restante, entre el 1% y el 5%.