



# El ciudadano ante la acción social de las empresas

Informe 2007

En colaboración con



*Empresa y Sociedad* desea agradecer especialmente la colaboración de *TNS*.

*TNS* ([www.tns-global.es](http://www.tns-global.es)) es la empresa líder en investigación de mercados y opinión en España. Entre los servicios que ofrece se encuentran el panel de audiencias en televisión, los paneles de consumidores o un amplio abanico de soluciones para realizar investigación de mercados a medida. *TNS* es, además, uno de los principales investigadores de la opinión pública a través de su división *TNS Demoscopia*.

Abril de 2007.

© De la presente edición  
Fundación Empresa y Sociedad

La reproducción parcial de textos y cuadros se puede hacer citando siempre la fuente.

# El ciudadano ante la acción social de las empresas

Informe 2007

## Índice

4	Presentación
5	Metodología
6	Resultados
14	Conclusiones

## Presentación

*Empresa y Sociedad* promueve que las empresas sean activas frente a los principales retos de la sociedad relacionados con las personas desfavorecidas (inmigración, discapacidad, mayores, desarrollo local, educación...) ya que también son retos estratégicos para el sector empresarial.

Las empresas y la propia Fundación denominan "acción social" a sus actuaciones en este ámbito, aunque para entender todo su alcance es mucho más importante el concepto que su denominación.

Este estudio presenta la opinión de los ciudadanos sobre el papel que deben jugar las empresas para afrontar los retos sociales anteriores.

El estudio pone en contexto el resultado de la encuesta realizada con las respuestas de los ciudadanos en los estudios efectuados desde 1996 en colaboración permanente con *TNS* (entonces Demoscopia).

## Metodología

La encuesta ha sido realizada en noviembre de 2006 a 1.002 ciudadanos mayores de 16 años, empadronados en algún municipio de España. Se ha efectuado de forma telefónica, aplicando los criterios del muestreo aleatorio simple, para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y en el peor de los casos ( $p=q=50$ ), el error estadístico máximo de los datos totales obtenidos con esta muestra sería del  $\pm 3,2\%$ .

El sistema de selección de las unidades últimas muestrales ha sido realizado mediante:

- Selección aleatoria de puntos de muestreo-municipios en cada estrato muestral, siempre que fue procedente.
- Selección aleatoria de teléfonos-hogares entre todos los registrados en la guía telefónica de cada localidad.
- Y en cada hogar, cumplimentación de cuotas de sexo y edad para la determinación final de la persona a entrevistar.

La ficha técnica de este estudio es similar al de anteriores trabajos realizados por *TNS* para *Empresa y Sociedad* desde 1996.

El estudio incorpora en 2006 dos nuevas preguntas globales:

- Una sobre los temas que más preocupan al ciudadano en relación con la acción social.
- Otra sobre qué cree que define mejor a una empresa responsable.

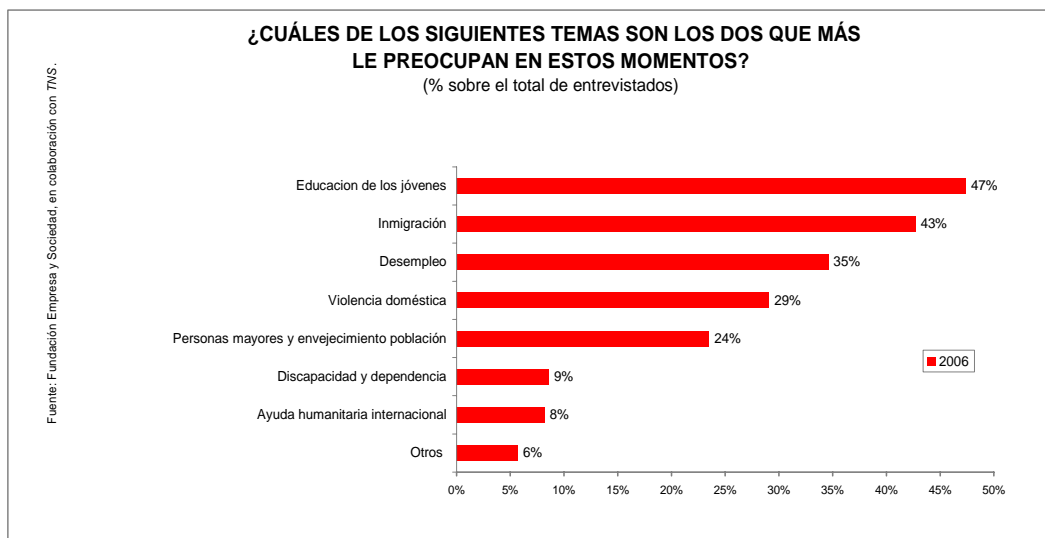
## Resultados

### Principales preocupaciones de los ciudadanos

La educación de los jóvenes y la inmigración son las problemáticas relacionadas con la acción social que más preocupan a los ciudadanos,

seguidas por el desempleo, la violencia doméstica, las personas mayores y el envejecimiento de la población.

Los resultados guardan paralelismo con los del Barómetro de Opinión del CIS en fechas similares.

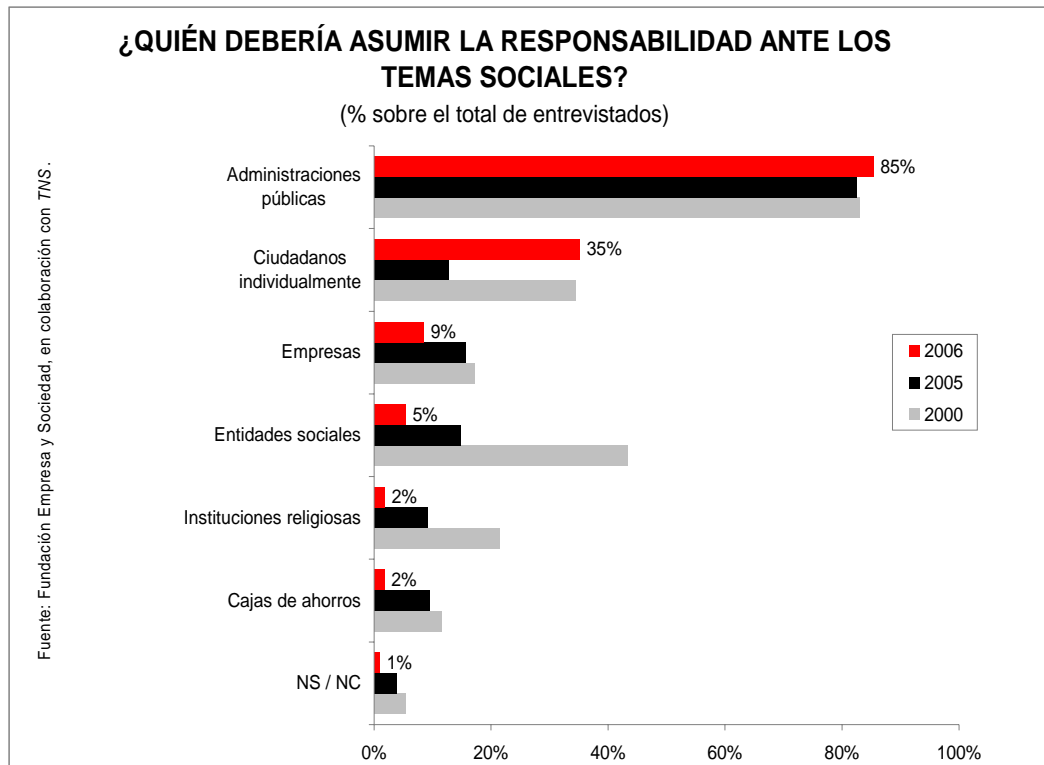


## La responsabilidad ante los temas sociales

La población española continúa atribuyendo a las Administraciones públicas la responsabilidad principal en los temas sociales. La tendencia de años anteriores se acentúa en 2006, aumentando respecto a 2005, si bien los ciudadanos han recuperado el protagonismo individual que tenían en 2000, sobre todo en los ámbitos de la

educación de los jóvenes y la violencia doméstica.

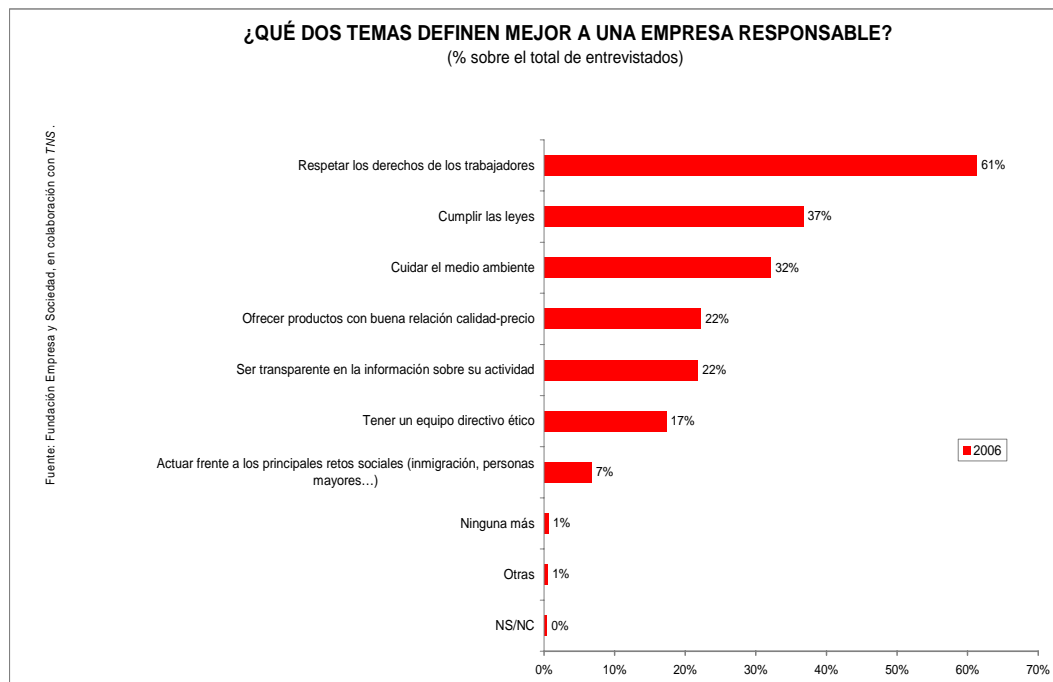
Las empresas pasan a ocupar el tercer lugar, aunque desciende su peso respecto a 2005, sobre todo por la responsabilidad que les atribuyen los ciudadanos en relación con el desempleo.



## Concepto de empresa responsable

Al preguntarle al ciudadano sobre qué define mejor a una empresa responsable, menciona mayoritariamente el respeto a los derechos de los trabajadores, seguido a distancia por el cumplimiento de las leyes y el cuidado del medio ambiente.

La actuación ante los grandes retos sociales la menciona casi un 7%, en consonancia con la opinión de atribuir mayoritariamente a las Administraciones públicas la responsabilidad ante los problemas sociales.





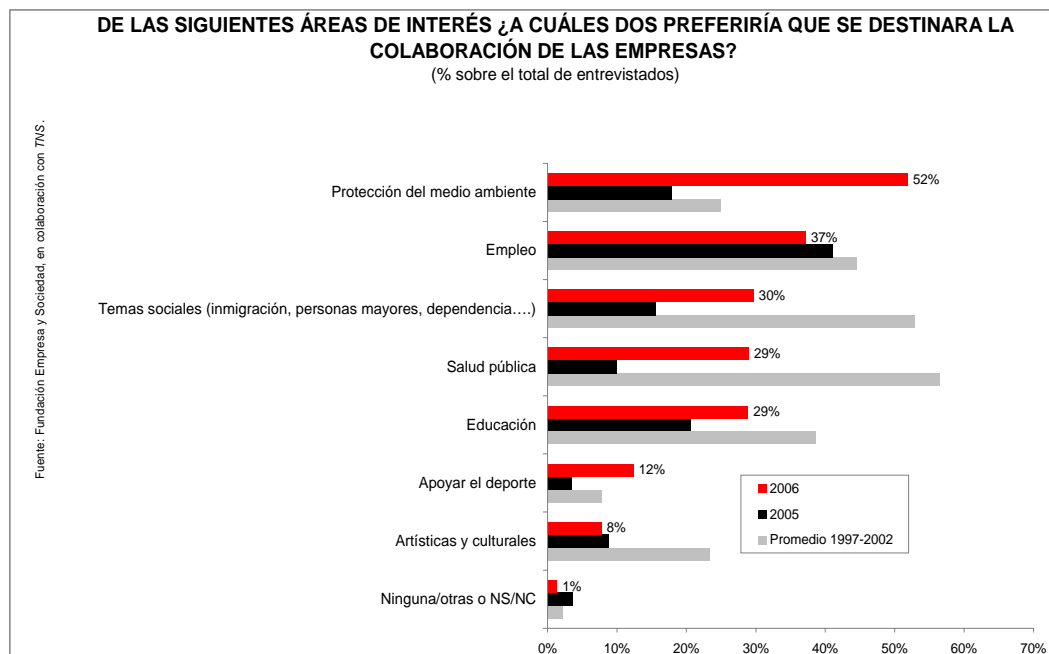
## Áreas de interés general prioritarias

Las encuestas realizadas desde 1997 indican que la ciudadanía española prefiere que las empresas dediquen recursos a acción social frente a otros temas de interés general.

En 2006 se ha producido un repunte significativo en la protección del medio ambiente, que pasa a la primera posición probablemente influido por la relevancia que está adquiriendo el

cambio climático en la opinión pública.

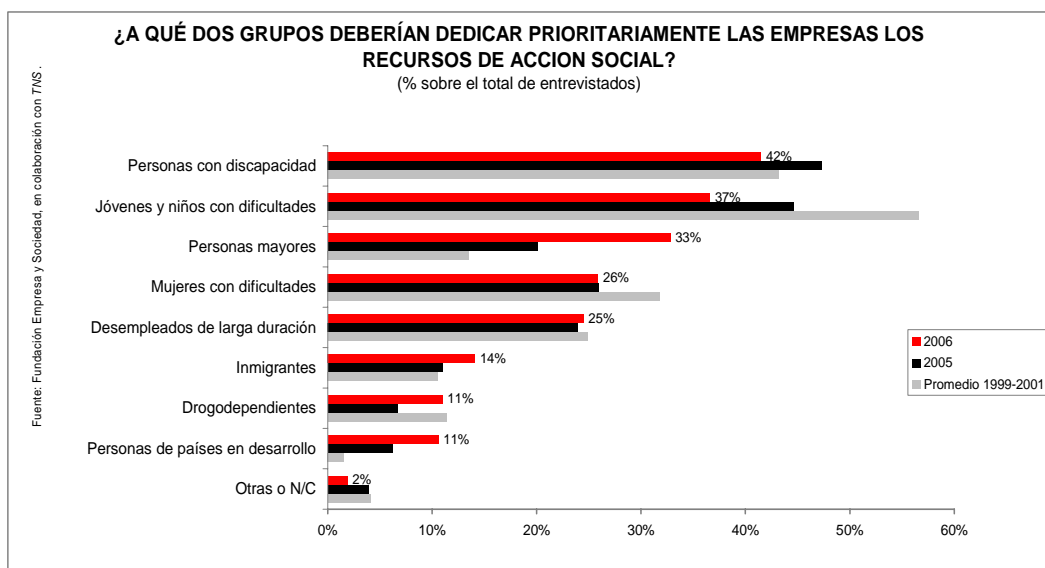
En segundo lugar prefieren que la empresa colabore en un área tan relacionada con su actividad como el empleo, seguida por su actuación ante temas sociales como la inmigración, las personas mayores o la dependencia. El cuarto puesto lo ocupan las actividades relacionadas con la salud y la educación.



## Grupos de personas prioritarios

Las personas con discapacidad, los jóvenes y niños con dificultades, las personas mayores, las mujeres con dificultades y los desempleados de larga duración, por este orden, son los grupos a los que los ciudadanos preferirían que se destinara la acción social de las empresas.

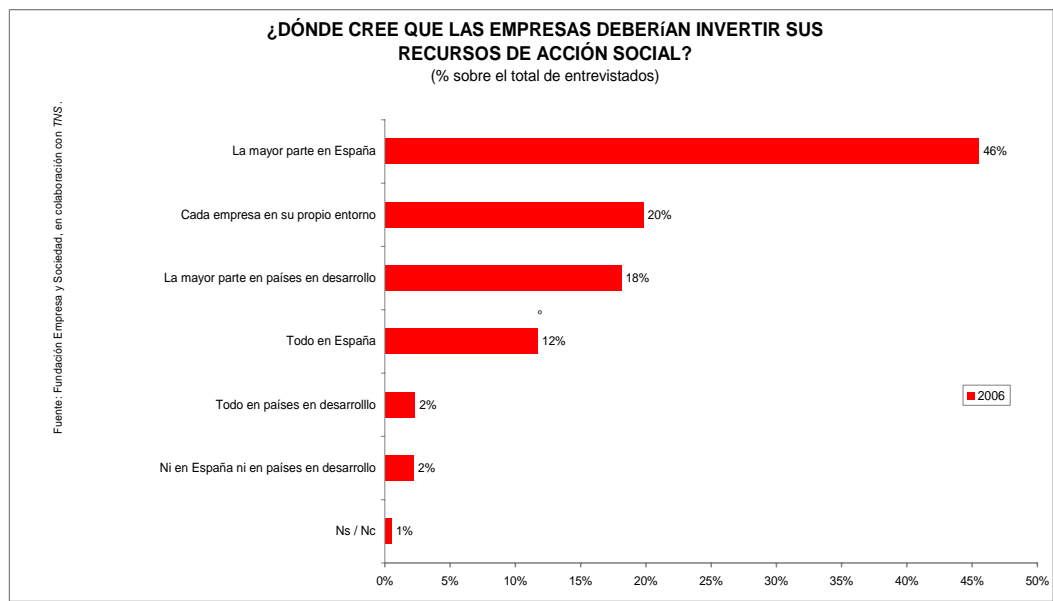
Destaca el ascenso al primer lugar de la prioridad por las personas con discapacidad, frente a niños y jóvenes, así como el de las personas mayores, duplicando su importancia en el último año. Los inmigrantes siguen ocupando la sexta posición, aunque suben cuatro puntos.



## Ámbito geográfico

Los entrevistados creen que las empresas deben destinar sus recursos a una acción social que se desarrolle en

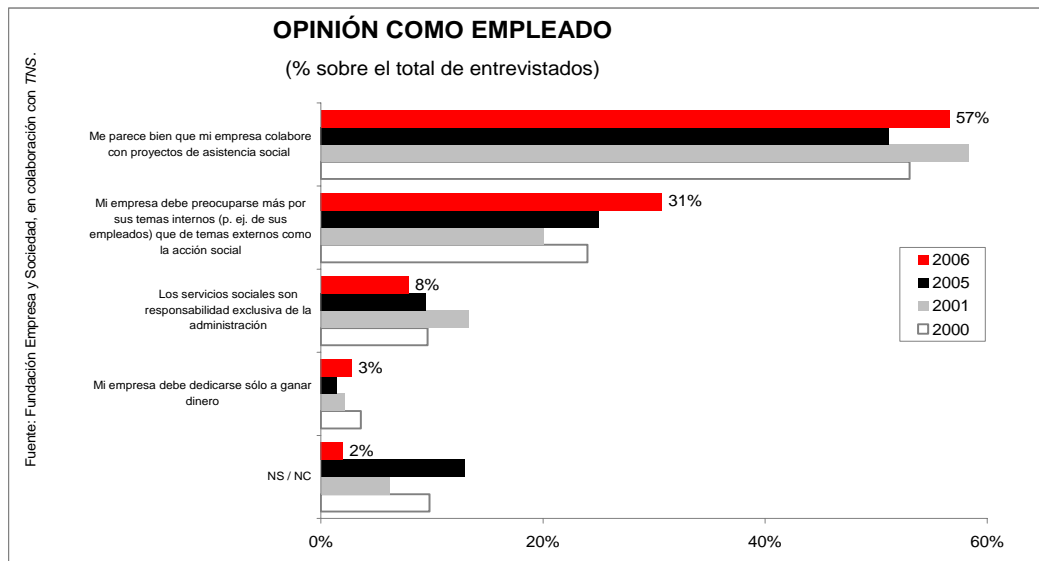
su entorno geográfico, aunque sin olvidarse de los países en desarrollo.



## El ciudadano como empleado

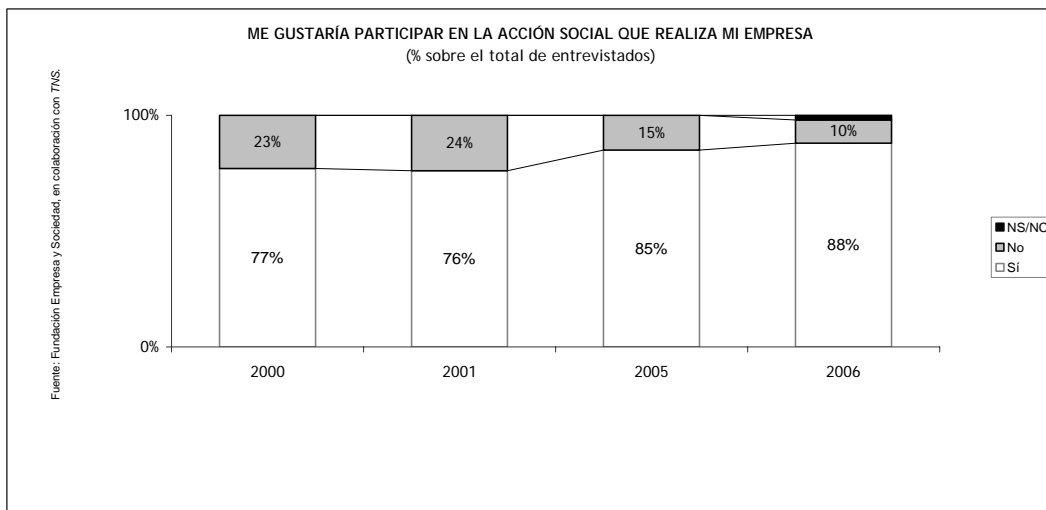
En cuanto al ciudadano en su faceta de empleado, las encuestas indican su disposición a colaborar en proyectos sociales que lleve a cabo la empresa en la que trabajan.

A más de la mitad de los encuestados que trabajan les parece bien que su empresa colabore en proyectos de acción social, con un incremento de 6 puntos sobre 2005.



Llama la atención que, aunque el 31% de los encuestados manifieste que su empresa se debe preocupar más por sus

temas internos, al 88% les gustaría participar en la acción social de su empresa.



## Las empresas con una acción social más conocida

En los últimos años ha mejorado notablemente el conocimiento que tienen los ciudadanos sobre la acción social de las empresas.

Las encuestas realizadas en 1999 y 2003 reflejaban que apenas el 4% de los ciudadanos era capaz de mencionar espontáneamente nombres de empresas

destacadas por su acción social. El porcentaje se elevó al 20% en 2005 y ha aumentado hasta el 27% en 2006.

Las entidades más conocidas siguen siendo La Caixa, en primer lugar, y Caja Madrid, que pasa de la primera a la segunda posición durante el último año.

LAS EMPRESAS MÁS RECORDADAS POR SU ACCIÓN SOCIAL (mención espontánea de 1.002 ciudadanos)								
Posición en		Entidad	2006			2005		
2006	2005		Nº de menciones	%	Puntuación relativa	Nº de menciones	%	Puntuación relativa
1.	2.	La Caixa	155	15,5%	100	94	9,4%	71
2.	1.	Caja Madrid	97	9,7%	62	133	13,3%	100
3.	3.	Telefónica	26	2,6%	17	63	6,3%	47
4.	10.	BBVA	15	1,5%	10	8	0,8%	6
5.	13.	Bancaja	14	1,4%	9	6	0,6%	5
		11. Caja de Ahorros del Mediterráneo	14	1,4%	9	7	0,7%	5

Fuente: Empresa y Sociedad, en colaboración con TNS.

Nota: Error estadístico de  $\pm 3,16\%$  para un nivel de confianza del 95,5%.

Además, cuando a los encuestados se les pide que citen un proyecto concreto de acción social de cada una de las empresas mencionadas de forma

espontánea, las actuaciones más citadas son las relacionadas con el apoyo a las personas con discapacidad y a las personas mayores.

## Conclusiones

El concepto ciudadano de empresa responsable tiene que ver sobre todo con el respeto a los derechos de los trabajadores, el cumplimiento de las leyes y el cuidado del medio ambiente. No demasiado todavía con acción social, que los encuestados dicen que corresponde principalmente al Estado.

En este último ámbito, lo que más le preocupa al ciudadano es la educación de los jóvenes, la inmigración y el desempleo, por este orden. Pero donde cree que se deberían concentrar las empresas es en el empleo y en las personas con discapacidad, los jóvenes y niños con dificultades y las personas mayores de su entorno inmediato.

A casi el 90% de los encuestados que trabajan les gustaría participar en los proyectos de acción social de su empresa, un dato que sigue siendo un reto para las empresas que lo quieran transformar en actuaciones concretas.

Por último, el conocimiento ciudadano de la acción social de las empresas va mejorando. Apenas el 4% de los encuestados en 1999 y 2003 era capaz de mencionar espontáneamente el nombre de una empresa destacada por su acción social. En 2005 el porcentaje pasó a ser el 20% y ha aumentado hasta el 27% en 2006, concentrándose en las principales cajas de ahorro.