

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE  
BARCELONA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Departamento de Comunicación  
Audiovisual y Publicidad**

Tesis doctoral

**RELACIONES PÚBLICAS:  
Formación y profesión.**

Definición empírico-operativa del *practicum* de los  
estudiantes universitarios de relaciones públicas y  
su vinculación con la realidad profesional en  
Catalunya (1992-97).

Presentada por Sara Magallón Pendón

**Director: Dr. Antoni Noguero Grau**

Bellaterra, Septiembre de 1.998

Questionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO LA FORMACIÓN DE LOS ALUMNOS**

**28 ¿Es satisfactoria la formación de base de los alumnos que acceden a las prácticas?**

- Muy satisfactoria.
- Satisfactoria.
- Indiferente.
- Poco satisfactoria.
- Muy insatisfactoria.

**. Tratamiento de los datos**

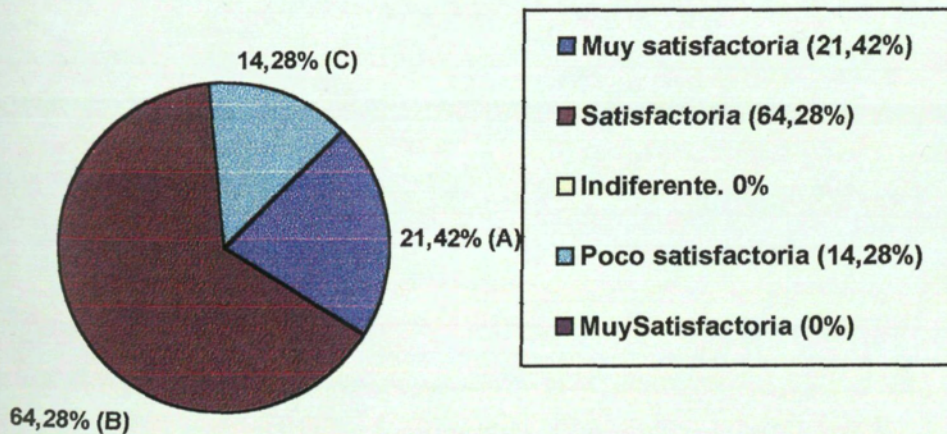
- Cuantitativo:

**Sujetos promotores:**  
**28 ¿Es satisfactoria la formación de base de los alumnos que acceden a las prácticas?**

opciones de respuesta	de total respuestas	fr n=14	porcentaje %
Muy satisfactoria.	3	0.21	21.42
Satisfactoria.	9	0.64	64.28
Indiferente	0	0	0
Poco satisfactoria.	2	0.14	14.28
Muy insatisfactoria.	0	0	0
$\Sigma$	14		100%

**SUJETOS PROMOTORES:**

**28.- ¿Es satisfactoria la formación de base de los alumnos que acceden a las prácticas?**



- **Cualitativo**

Idéntico el índice de satisfacción acumulado que en la pregunta anterior (85.70%) sobre motivación. Sin embargo debemos considerar el 14.28% de sujetos poco satisfechos con la formación de los alumnos de cara a replantear planes de estudio y metodología docente.



Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN**

**29.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...**

- Conceptos teóricos de relaciones públicas.
- Confección y redacción de textos y documentos.
- .....
- .....
- Informática:** Marque con una "x" donde proceda e indique, si los conoce, el nombre de los programas s Word, Page maker, Excel,.....,
  - Procesadores de textos
  - Programas de Diseño gráfico..
  - Programas de Auto-edición
  - Bases de datos
  - Hojas de cálculo..
  - Internet.
  - .....
- Idiomas: (marque con una "x" en caso afirmativo)**
  - Alemán
  - Catalán
  - Francés
  - Inglés
  - Otros: especificar, .....

## Tratamiento de los datos

- Cuantitativo:

<b>Sujetos promotores:</b>			
<b>29.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...</b>			
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>total respuestas</b>	<b>fr n =14</b>	<b>porcentaje %</b>
Conceptos teóricos de relaciones públicas	3	0.21	8.82
Confeción y redacción de textos y documentos <sup>1</sup>	10	0.71	29.41
Otros: confección de encuestas y otras técnicas de investigación social	1	0.07	2.94
Otros: Normas de protocolo público y privado <sup>2</sup>	1	0.07	2.94
Informática <sup>3</sup>	10	0.71	29.41
Idiomas <sup>4</sup>	9	0.64	26.47
$\Sigma$	34		100%

<sup>1</sup> Incluye la respuesta literal: "redacción de notas de prensa y dossiers de prensa".

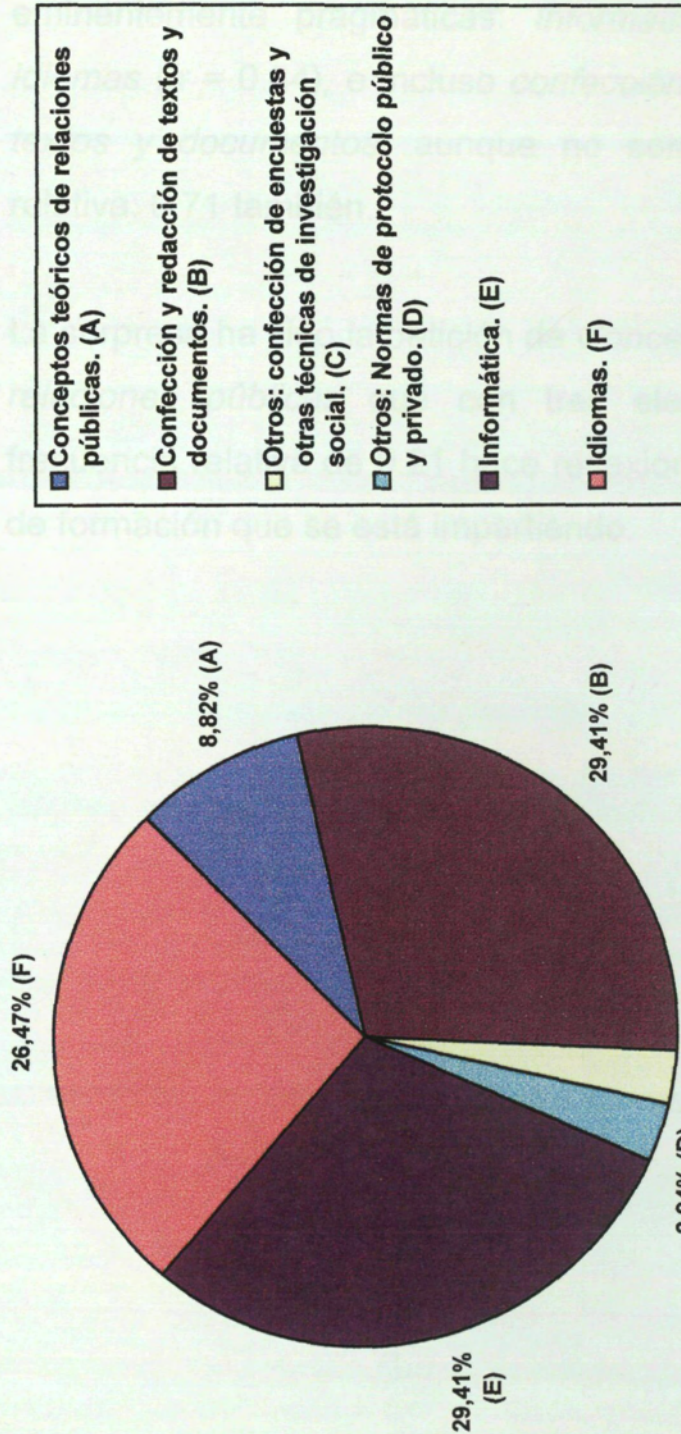
<sup>2</sup> Entendemos que esta respuesta textual debe entenderse como: "normas de protocolo oficial y social", puesto que las relaciones públicas no se ocupan de la vida privada.

<sup>3</sup> Se incluye un cuadro aparte que recoge el detalle de esta categoría.

<sup>4</sup> Se incluye un cuadro aparte que recoge el detalle de esta categoría.

### SUJETOS PROMOTORES:

29.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...



- Cualitativo

Se esperaban las respuestas de opciones eminentemente pragmáticas: *Informática* (fr = 0.71), *Idiomas* (fr = 0.64), e incluso *confección y redacción de textos y documentos*, aunque no con tal frecuencia relativa: 0.71 también.

La sorpresa ha sido la petición de *Conceptos teóricos de relaciones públicas* que con tres elecciones y una frecuencia relativa de 0.21 hace reflexionar sobre el tipo de formación que se está impartiendo.



- Cuantitativo: análisis parcial de las categorías *Informática e Idiomas*.

Sujetos promotores:			
29.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...			
DETALLE DE LA CATEGORÍA INFORMÁTICA <sup>1</sup>			
Opciones de respuesta	Total respuestas	fr n' <sub>sp</sub> =1	porcentaje %
Procesadores de textos <sup>3</sup>	6	0.6	31.57
Diseño gráfico <sup>4</sup>	2	0.2	10.54
Auto-edición	0	0	0
Bases de datos <sup>5</sup>	7	0.7	36.84
Hojas de cálculo <sup>6</sup>	2	0.2	10.54
Internet	2	0.2	10.54
Otros	0	0	0
Σ	19		100%

<sup>1</sup> Un sujeto responde exactamente: “la formación en informática e inglés ha sido muy satisfactoria”. Y no marca estas opciones.

<sup>2</sup> n' corresponde a los diez sujetos promotores que marcan la opción “informática”.

<sup>3</sup> Dos sujetos concretan el programa comercial “Word”, y uno “WP”.

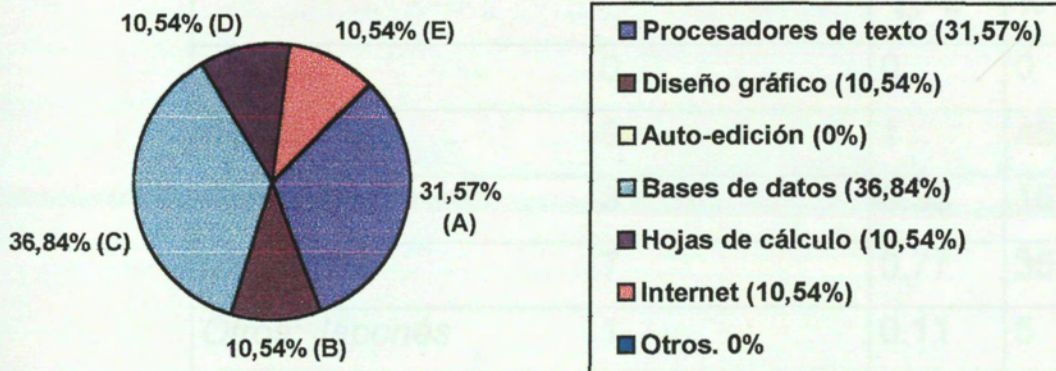
<sup>4</sup> Se cita, una vez, como programa comercial de diseño gráfico: “Mac”, que como se sabe es un sistema que, igual que su competidor PC, incluye múltiples programas, algunos de ellos de diseño gráfico.

<sup>5</sup> Sólo un sujeto concreta el programa “Acces”.

<sup>6</sup> El programa “Excel” es citado por tres sujetos.

### SUJETOS PROMOTORES:

29a.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...  
**DETALLE DE LA CATEGORÍA INFORMÁTICA**



Sujetos promotores: 29.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran de mayor utilidad en su organización, sería conveniente que se mejorara su formación en...			
DETALLE DE LA CATEGORÍA IDIOMAS			
Opciones de respuesta	total respuestas	fr n" <sup>1</sup> <sub>sp=9</sub>	porcenta %
Alemán	0	0	0
Catalán	9	1	45
Francés	3	0.33	15
Inglés <sup>2</sup>	7	0.77	35
Otros: Japonés	1	0.11	5
Σ	20		100%

<sup>1</sup> n" corresponde a los nueve sujetos promotores que marcan la opción "idiomas".

<sup>2</sup> Un sujeto responde exactamente: "la formación en informática e inglés ha sido muy satisfactoria". Y no marca estas opciones.



cuando la lengua más elegida no solo la catalana (fr = 1)  
por delante

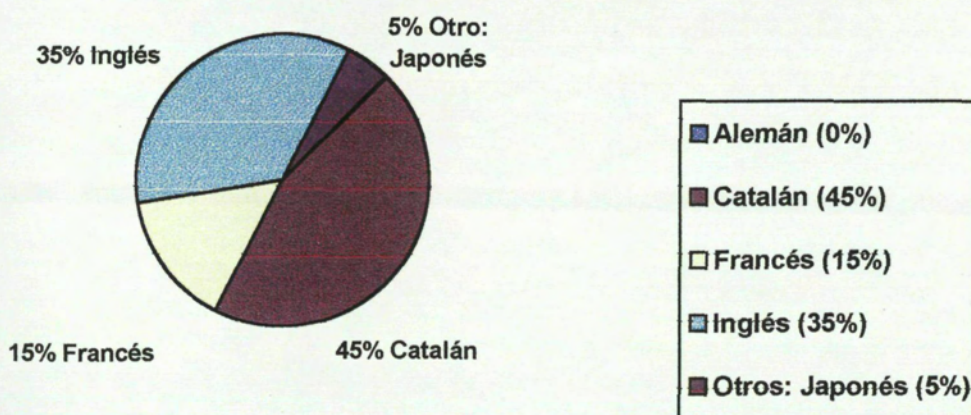
### SUJETOS PROMOTORES:

**29b.- Para que los estudiantes de relaciones públicas fueran**

**de mayor utilidad en su organización, sería conveniente**

**que se mejorara su formación en...**

#### DETALLE DE LA CATEGORÍA IDIOMAS



- Cualitativo: análisis parcial de las categorías *Informática e Idiomas*.

En los análisis parciales sobre informática dominan los programas de bases de datos y procesadores de texto (frecuencia relativa 0.7 y 0.6 respectivamente) y sorprende el 0% en programas de auto-edición, herramientas que permiten el diseño y maquetación de publicaciones, actividades éstas que los sujetos promotores han declarado como habituales.



Los idiomas han sido también una pequeña sorpresa, cuando la lengua más elegida ha sido la catalana (fr = 1) por delante del omnipresente *inglés* (fr 0.77).

Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **INTERLOCUTOR DE PRÁCTICAS**

**30.- En su organización, las consultas de los alumnos de relaciones públicas en prácticas se dirigen a..**

- Una persona nombrada como tutor.
- Varias personas orientan a los alumnos en función de la tarea asignada.
- Los alumnos preguntan directamente a quien les parece.
- .....

### **Tratamiento de los datos**

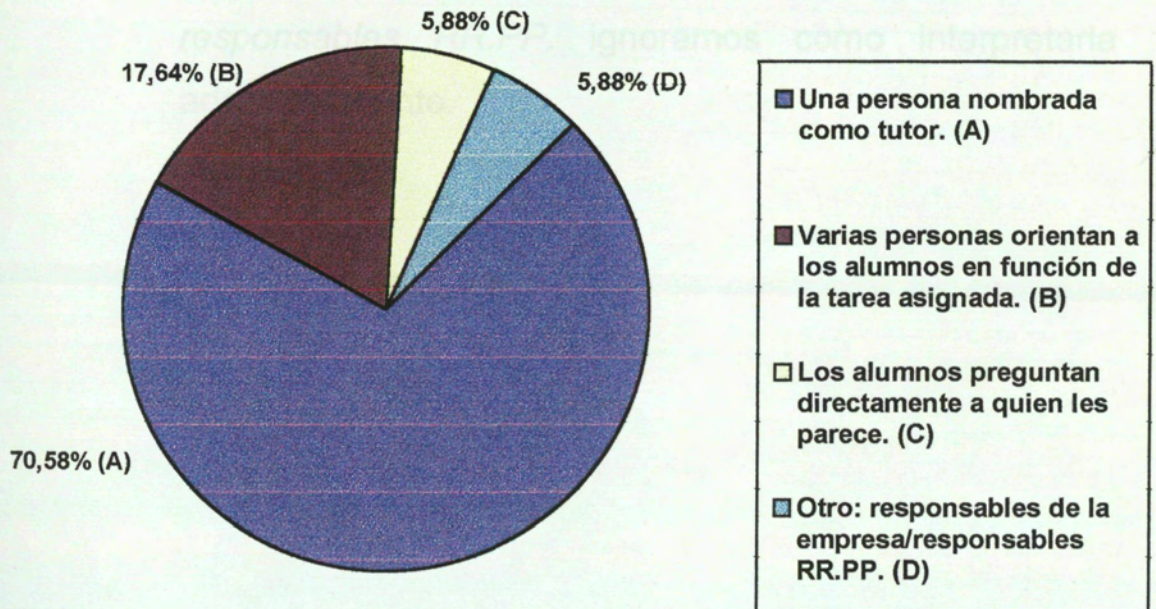
- **Cuantitativo:**

<b>Sujetos promotores:</b>			
<b>30.- En su organización, las consultas de los alumnos de relaciones públicas en prácticas se dirigen a..</b>			
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>total respuestas</b>	<b>fr n=14</b>	<b>porcentaje %</b>
Una persona nombrada como tutor.	12	0.85	70.58
Varias personas orientan a los alumnos en función de la tarea asignada.	3	0.21	17.64
Los alumnos preguntan directamente a quien les parece	1	0.07	5.88
<i>Otro: responsables de la empresa/responsables RR.PP.</i>	1	0.07	5.88
$\Sigma$	17		100%

las organizaciones a la hora de permitir una mayor colaboración entre los estudiantes y los diferentes empleados. La lectura negativa nos indicaría la falta de un seguimiento adecuado de los alumnos.

### SUJETOS PROMOTORES:

30.- En su organización, las consultas de los alumnos de relaciones públicas en prácticas se dirigen a...



- Cualitativo

Pregunta pensada para una única posibilidad de respuesta, que se ha convertido en multiopción, cuando varios sujetos han marcado más de una categoría. Podría interpretarse como cierta flexibilidad por parte de



las organizaciones a la hora de permitir una mayor colaboración entre los estudiantes y los diferentes empleados. La lectura negativa nos indicaría la falta de un seguimiento adecuado de los alumnos.

La respuesta abierta *responsables de la empresa / responsables RR.PP.* ignoramos como interpretarla adecuadamente.

Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable:

**TÉCNICAS DE RR.PP. EN LAS QUE COLABORAN LOS ALUMNOS**

**31.- En su organización, ¿en qué tipo de técnicas colaboran los alumnos en prácticas de relaciones públicas?**

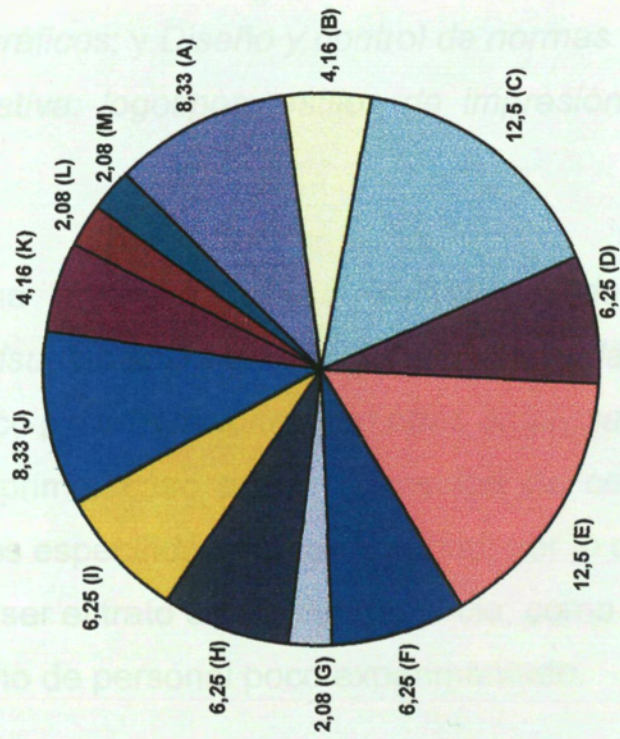
- Organización de congresos, ferias, exposiciones y salones monográficos.
- Producción de productos audiovisuales sobre diferentes ámbitos de la empresa.
- Publicación de la memoria anual y el balance económico.
- Comunicaciones y publicaciones internas.
- Comunicaciones y publicaciones externas.
- Investigación, estudios y sondeos de la opinión pública.
- Publicidad.
- Relación directa con los clientes y el público en general.
- Relación directa con los medios de comunicación social: conferencias de prensa, notas, etc.
- Relaciones con otras empresas del sector.
- Organización y programación de visitas a las diferentes instalaciones de la empresa.
- Diseño y control de normas de identidad corporativa: logotipos, estilos de impresión, rotulación, etc.
- Ceremonial y protocolo.
- .....
- .....
- .....

## Tratamiento de los datos

- Cuantitativo:

<b>Sujetos promotores:</b>			
<b>31.- En su organización, ¿en qué tipo de técnicas colaboran los alumnos en prácticas de relaciones públicas?</b>			
Opciones de respuesta	Total respuestas	fr n =14	porcentaje %
Organización de congresos, ferias, exposiciones y salones monográficos.	4	0.28	8.33
Producción de productos audiovisuales sobre diferentes ámbitos de la empresa.	0	0	0
Publicación de la memoria anual y el balance económico.	2	0.14	4.16
Comunicaciones y publicaciones internas.	6	0.42	12.50
Comunicaciones y publicaciones externas	3	0.21	6.25
Investigación, estudios y sondeos de la opinión pública.	6	0.42	12.50
Publicidad.	3	0.21	6.25
Relación directa con los clientes y el público en general.	10	0.71	2.08
Relación directa con los medios de comunicación social: conferencias de prensa, notas, etc.	3	0.21	6.25
Relaciones con otras empresas del sector.	0	0	0
Organización y programación de visitas a las diferentes instalaciones de la empresa.	3	0.21	6.25
Diseño y control de normas de identidad corporativa: logotipos, estilos de impresión, rotulación, etc.	4	0.28	8.33
Ceremonial y protocolo.	2	0.14	4.16
Otra: Organización de actos puntuales (inauguraciones/ presentaciones)	1	0.07	2.08
Otra: Plan de comunicación interno y captación de nuevos clientes	1	0.07	2.08
$\Sigma$	48		100%

**SUJETOS PROMOTORES:**  
**31.- En su organización, ¿en qué tipo de técnicas colaboran los alumnos en prácticas de RR.PP.?**



- Organización de congresos, ferias, exposiciones y salones monográficos. (A)
- Producción de productos audiovisuales sobre diferentes ámbitos de la empresa. 0%
- Publicación de la memoria anual y el balance económico. (B)
- Comunicaciones y publicaciones internas. (C)
- Comunicación y publicaciones externas. (D)
- Investigación, estudios y sondeos de la opinión pública. (E)
- Publicidad. (F)
- Relación directa con los clientes y el público en general. (G)
- Relación directa con los medios de comunicación social: conferencias de prensa, notas, etc. (H)
- Relaciones con otras empresas del sector. 0%
- Organización y programación de visitas a las diferentes instalaciones de la empresa. (I)
- Diseño y control de normas de identidad corporativa: logotipos, estilos de impresión, rotulación, etc. (J)
- Ceremonial y protocolo. (K)
- Otra: Organización actos puntuales (L)
- Otra: Plan comunicación interno (M)



- Cualitativo

La multiopción de respuesta nos arroja un total de 48 elecciones y que indican que la *relación directa con los clientes y el público en general* es con una frecuencia relativa de 0.71 la tarea asignada en la mayoría de los casos. Las *comunicaciones internas* y la *investigación, estudios y sondeos de la opinión pública* son las categorías que con idéntica frecuencia relativa 0.42 siguen por orden de importancia.

Una frecuencia relativa de 0.28 comparten *Organización de congresos, ferias, exposiciones, salones monográficos; y Diseño y control de normas de identidad corporativa: logotipos, estilos de impresión, rotulación, etc.*

Ninguna elección para *Producción de productos audiovisuales sobre diferentes ámbitos de la empresa*, y tampoco para *Relaciones con otras empresas del sector*. En el primer caso por la necesidad de conocimientos técnicos específicos y en el segundo, por lo delicado que puede ser el trato con la competencia, como para dejarlo en mano de personal poco experimentado.

Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **FUNCIONES ASIGNADAS A LOS ALUMNOS**

**32.- En su organización, ¿qué tipo de funciones se asignan a los alumnos en prácticas de relaciones públicas?**

- Creación, mantenimiento de bases de datos.
- Confección de *mailings*.
- Archivo.
- Seguimiento prensa.
- Teléfono.
- Colaboración en la confección de dossiers
- .....

## Tratamiento de los datos

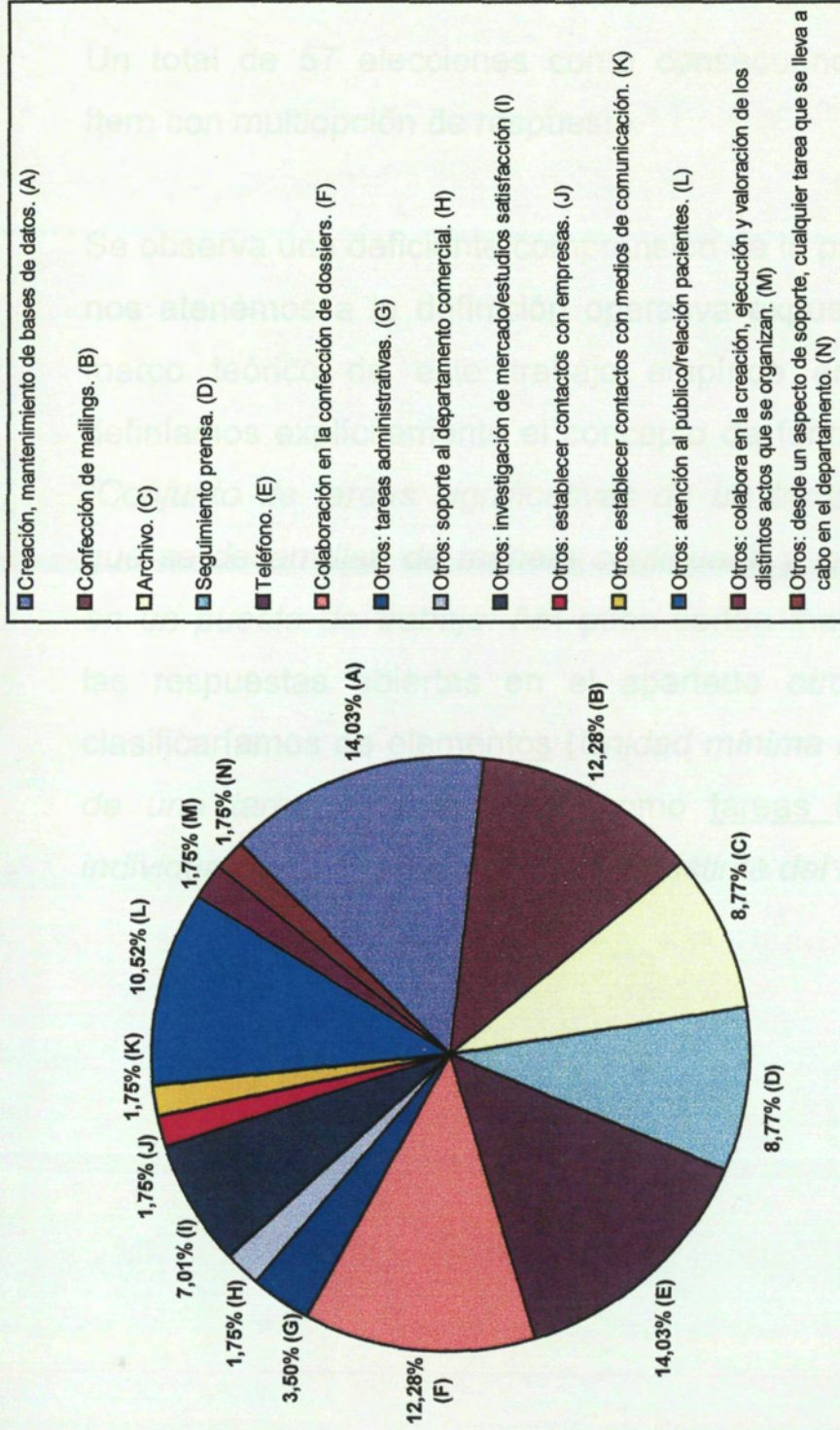
- Cuantitativo:

Sujetos promotores: 32.- En su organización, ¿qué tipo de funciones se asignan a los alumnos en prácticas de relaciones públicas?			
Opciones de respuesta	total respuestas	frecuencia n =14	porcentaje %
Creación, mantenimiento de bases de datos.	8	0.57	14.03
Confección de <i>mailings</i> .	7	0.5	12.28
Archivo.	5	0.35	8.77
Seguimiento prensa.	5	0.35	8.77
Teléfono.	8	0.57	14.03
Colaboración en la confección de dossiers	7	0.5	12.28
Otros: <i>tareas administrativas</i>	2	0.14	3.50
Otros: <i>soporte al departamento comercial</i>	1	0.07	1.75
Otros: <i>investigación de mercado/estudios satisfacción<sup>1</sup></i>	4	0.28	7.01
Otros: <i>establecer contactos con empresas</i>	1	0.07	1.75
Otros: <i>establecer contactos con medios de comunicación</i>	1	0.07	1.75
Otros: <i>atención al público/relación pacientes<sup>2</sup></i>	6	0.42	10.52
Otros: <i>colabora en la creación, ejecución y valoración de los distintos actos que se organizan</i>	1	0.07	1.75
Otros: <i>desde un aspecto de soporte, cualquier tarea que se lleva a cabo en el departamento</i>	1	0.07	1.75
$\Sigma$	57		100%

<sup>1</sup> Hemos agrupado las respuestas: “*investigación de mercado*” y “*estudios de satisfacción*”.

<sup>2</sup> Incluye la suma de las respuestas: “*atención al público*”, “*relación pacientes*” e “*información y ayuda a familiares de pacientes de urgencias*”.

**SUJETOS PROMOTORES:**  
**32.- En su organización, ¿qué tipo de funciones se asignan a los alumnos en prácticas de relaciones públicas?**





- Cualitativo

Un total de 57 elecciones como consecuencia de un ítem con multiopción de respuesta.

Se observa una deficiente comprensión de la pregunta si nos atenemos a la definición operativa expuesta en el marco teórico de este trabajo empírico en el que definíamos explícitamente el concepto de función como *“Conjunto de tareas significativas de un trabajo global que se desarrollan de manera continuada y sistemática en un puesto de trabajo. Así pues serían inadecuadas las respuestas abiertas en el apartado otros y que clasificaríamos de elementos (Unidad mínima indivisible de una tarea) o a lo sumo como tareas (Actividad individualizada e identificable como distinta del resto).*

Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **OPINIÓN SOBRE ACEPTAR ALUMNOS EN PRÁCTICAS DE RR.PP.**

**33.- Globalmente, cuál es su opinión respecto de aceptar alumnos de relaciones públicas en prácticas colaborando en su organización**

- Totalmente favorable.
- Favorable.
- Indiferente.
- Desfavorable.
- Muy desfavorable.

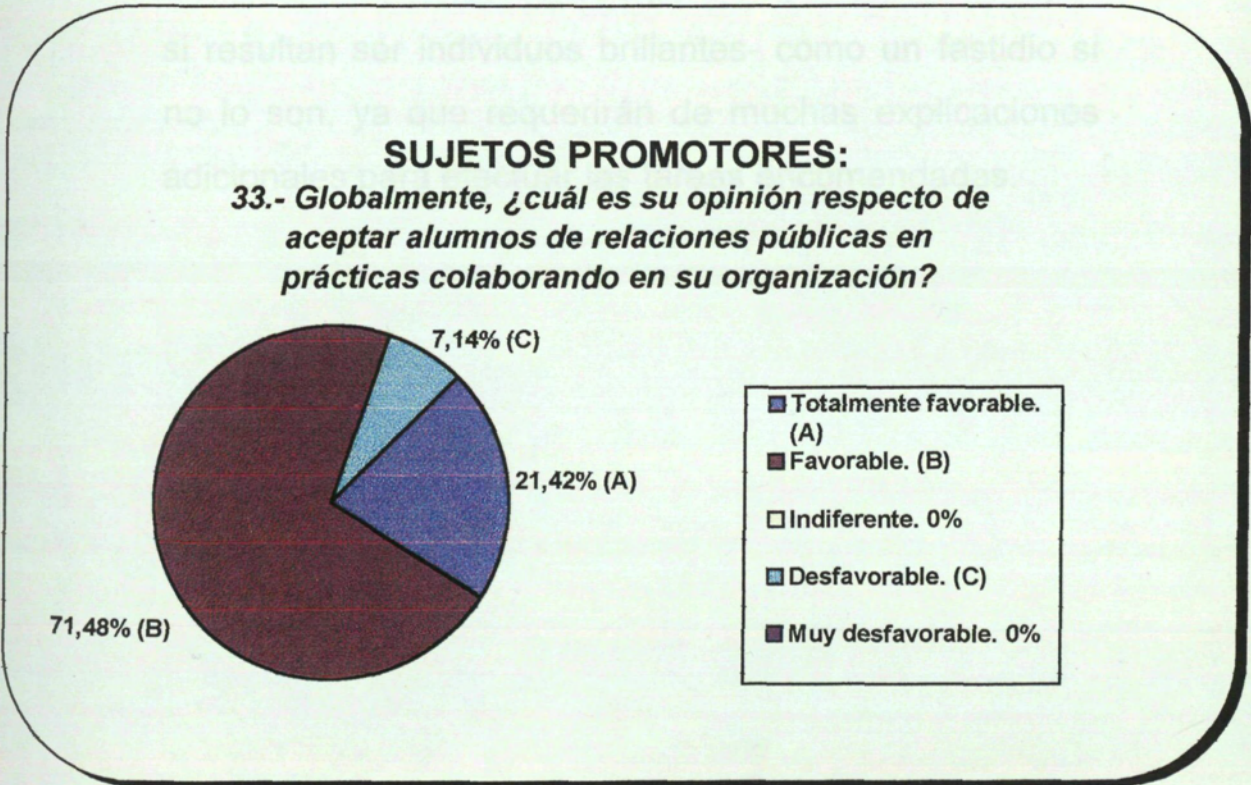
**Tratamiento de los datos**

- Cuantitativo:

**Sujetos promotores:**

**33.- Globalmente, cuál es su opinión respecto de aceptar alumnos de relaciones públicas en prácticas colaborando en su organización**

Opciones de respuesta	de total respuestas	fr n=14	porcentaje %
Totalmente favorable.	3	0.21	21.42
Favorable.	10	0.71	71.48
Indiferente	0	0	0
Desfavorable	1	0.07	7.14
Muy desfavorable.	0	0	0
$\Sigma$	14		100%



- Cualitativo

Predisposición positiva en un 92.9% de los casos (21.42% + 71.48%) de las organizaciones para aceptar en su seno alumnos en prácticas.

Debemos comprender que uno o varios estudiantes dentro de una empresa modifican la dinámica de ésta y pueden representar un serio peligro para su equilibrio, especialmente en lo que se refiere a relaciones interpersonales.

En efecto, los empleados pueden considerar a los alumnos tanto una amenaza para su puesto de trabajo - si resultan ser individuos brillantes- como un fastidio si no lo son, ya que requerirán de muchas explicaciones adicionales para efectuar las tareas encomendadas.



Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

Variable: **OPINIÓN SOBRE EL PROCEDIMIENTO DE MEJORA DE LAS PRÁCTICAS.**

**34.- ¿Cómo mejoraría las prácticas de estudiantes de relaciones públicas en empresas?**

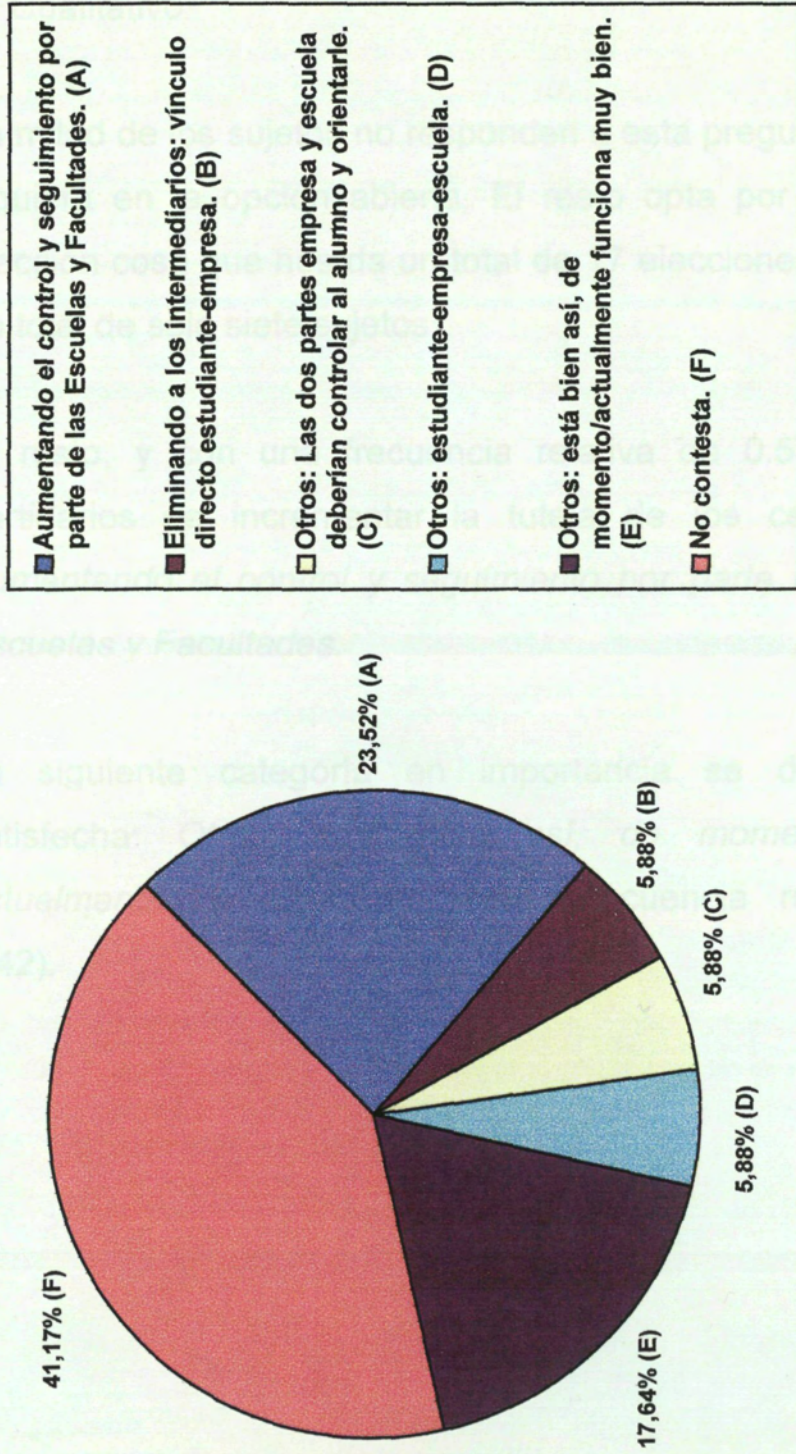
- Aumentando el control y seguimiento por parte de las Escuelas y Facultades.
- Eliminando a los intermediarios: vínculo directo estudiante-empresa.
- .....

### **Tratamiento de los datos**

- Cuantitativo:

<b>Sujetos promotores:</b>			
<b>34.-¿Cómo mejoraría las prácticas de estudiantes de relaciones públicas en empresas?</b>			
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>total respuestas</b>	<b>Fr n= 7</b>	<b>porcentaje %</b>
Aumentando el control y seguimiento por parte de las Escuelas y Facultades.	4	0.57	23.52
Eliminando a los intermediarios: vínculo directo estudiante-empresa	1	0.14	5.88
<i>Otros: Las dos partes empresa y escuela deberían controlar al alumno y orientarle</i>	1	0.14	5.88
<i>Otros: estudiante-empresa-escuela</i>	1	0.14	5.88
<i>Otros: está bien así, de momento/actualmente funciona muy bien</i>	3	0.42	17.64
No contesta	7		41.17
$\Sigma$	17		100%

### SUJETOS PROMOTORES: 34.- ¿Cómo mejoraría las prácticas de estudiantes de relaciones públicas en empresas?



- Cualitativo

La mitad de los sujetos no responden a esta pregunta, ni siquiera en la opción abierta. El resto opta por multi-elección cosa que nos da un total de 17 elecciones para un total de sólo siete sujetos.

El resto, y con una frecuencia relativa de 0.57 son partidarios de incrementar la tutela de los centros: *Aumentando el control y seguimiento por parte de las Escuelas y Facultades.*

La siguiente categoría en importancia se declara satisfecha: *Otros: está bien así, de momento / actualmente funciona muy bien* (frecuencia relativa 0.42).



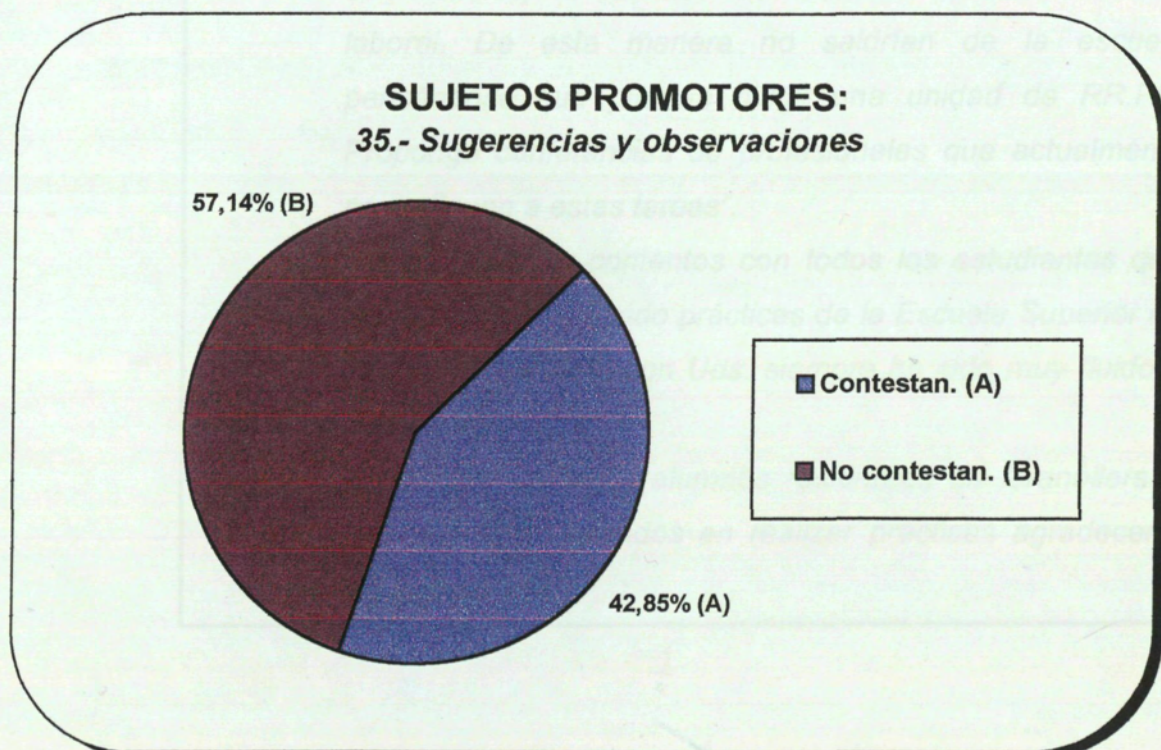
Cuestionario para sujetos promotores de relaciones públicas

### 35.- SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES:

#### . Tratamiento de los datos

- Cuantitativo

<b>Sujetos promotores:</b>			
<b>35.- SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES:</b>			
Opciones de respuesta	total respuesta	fr n=14	porcentaje %
Contestan	6	0.42	42.85
No contestan	8	0.57	57.14
$\Sigma$	14		100%



- Cualitativo

**Sujetos promotores:**

**35.- SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES**

La transcripción literal de los sujetos que responden a esta pregunta es la siguiente:

1. "Los alumnos de prácticas creemos que es un buen medio tanto para las empresas como para los alumnos para que puedan explotar sus estudios. Pero debe haber más tutoría y control de las escuelas a sus alumnos para orientarles por si los necesita".

2. "En todo caso siempre depende del estudiante, de sus aptitudes y capacidades. Valoro muy positivamente la labor de la Escuela Superior de RR.PP. aunque en algunos casos los estudiantes no estén suficientemente preparados, cosa que entiendo depende de ellos mismos en un muy alto porcentaje"

3. "Farien falta més seminaris teòrics sobre la pràctica de tractar amb el públic".

4. "Los alumnos deberían conocer (mediante charlas o conferencias) la realidad de las RR.PP. en el mundo laboral. De esta manera no saldrían de la escuela pensándose que pueden dirigir una unidad de RR.PP. Propongo conferencias de profesionales que actualmente se dediquen a estas tareas".

5. "Estamos muy contentos con todos los estudiantes que hemos tenido haciendo prácticas de la Escuela Superior de RR.PP. el contacto con Uds. siempre ha sido muy fluido y muy eficaz".

6. "En caso de tener alumnos residentes en Granollers o alrededores interesados en realizar prácticas agradecería me lo indicaran".

**3.5.3. Resultados obtenidos en el Cuestionario para sujetos ejecutores de relaciones públicas:**

Muestreo no probabilístico intencional u opinático		total sujetos	total respuestas	porcentaje respuestas
MUESTRA	n	54	21	38.89 %
Submuestra Sujetos ejecutores	n <sub>se</sub>	15	7	46.67 %

Como se observa en el cuadro resumen, trabajaremos, en este apartado, con los datos facilitados por el 46,67% de la submuestra de sujetos ejecutores y sobre la que calcularemos en adelante los resultados para cada una de las preguntas efectuadas.



Cuestionario para sujetos ejecutores de relaciones públicas:  
gabinetes, consultorías, asesorías.

Variable: **AÑOS DE ANTIGÜEDAD**

**1. ¿En qué año se constituyó su  
gabinete/consultoría/?**

**1.9.....**

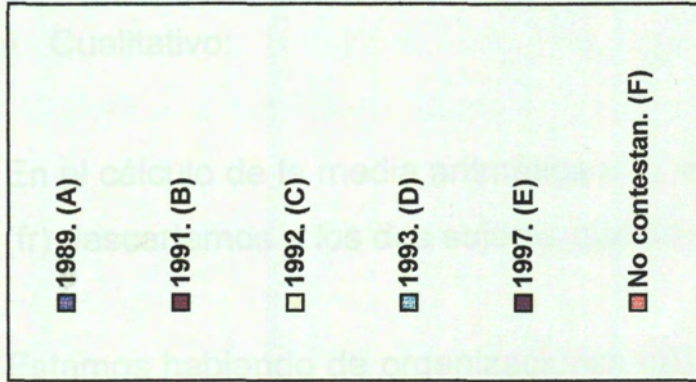
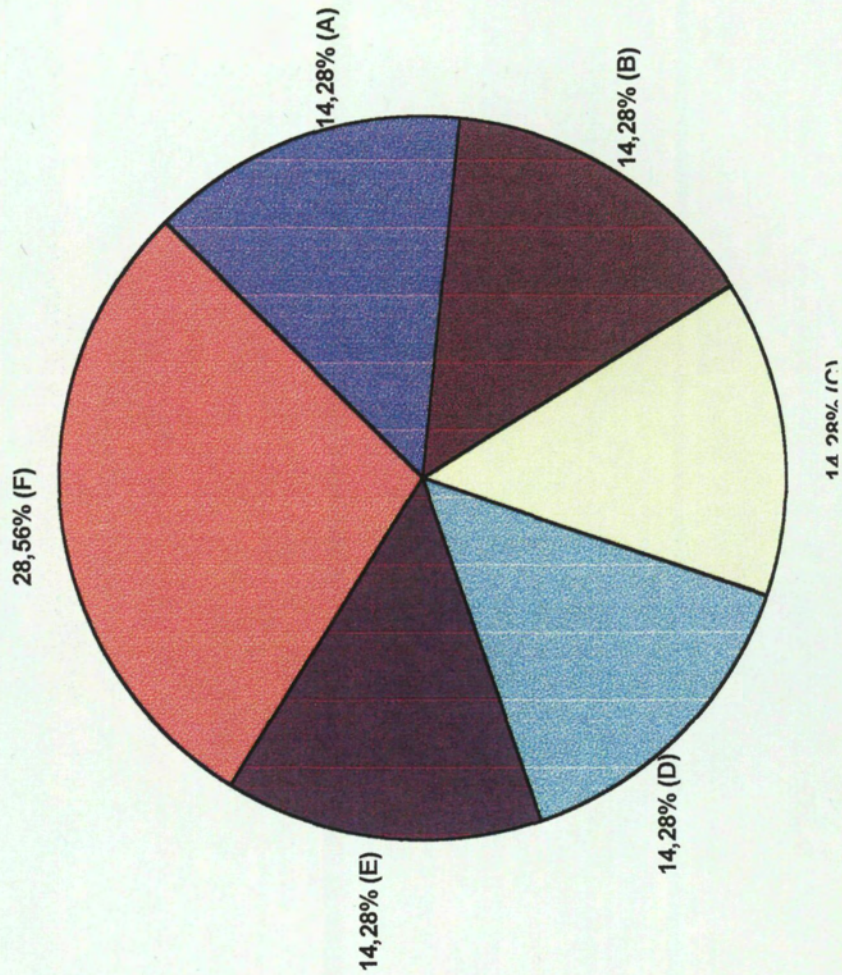
## Tratamiento de los datos

- Cuantitativo:

<b>Sujetos ejecutores:</b>					
<b>1. ¿En qué año se constituyó su gabinete/consultoría?</b>					
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>años de antigüedad en 1997</b>	<b>Total respuestas</b>	<b>Valores variable</b>	<b>Fr n= 5 (7-2)</b>	<b>Porcentaje %</b>
1989	8	1	8	0.2	14.28
1991	6	1	6	0.2	14.28
1992	5	1	5	0.2	14.28
1993	4	1	4	0.8	14.28
1997	0	1	0	0	14.28
No contestan		2			28.56
$\Sigma$		7			100%
$\mu$ Años se = 4.6 $\sigma$ Años se = 2.96					

### SUJETOS EJECUTORES:

1.- ¿En qué año se constituyó su gabinete/consultoría?



- Cualitativo:

En el cálculo de la media aritmética  $\mu$  , y la frecuencia relativa (fr) descartamos a los dos sujetos que no responden.

Estamos hablando de organizaciones relativamente recientes cosa que podría indicar cierta inestabilidad en el sector.



Cuestionario para sujetos ejecutores de relaciones públicas:  
Gabinetes, consultorías, asesorías

Variable: **PERSONALIDAD JURÍDICA**

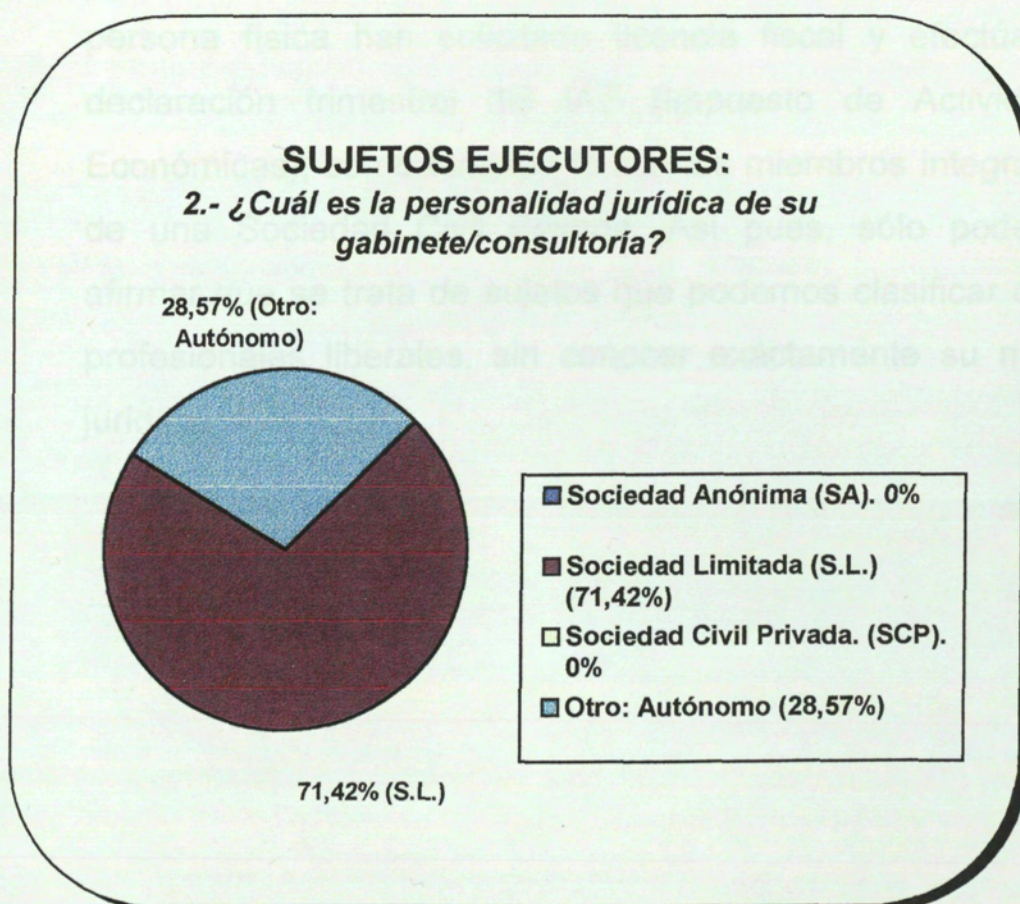
**2.- ¿Cuál es la personalidad jurídica de su gabinete/consultoría?**

- Sociedad anónima (S.A.).
- Sociedad limitada (S.L.).
- Sociedad civil privada (S.C.P.).
- .....

## Tratamiento de los datos

- Cuantitativo:

<b>Sujetos ejecutores: 2.- ¿Cuál es la personalidad jurídica de su gabinete/consultoría?</b>			
opciones de respuesta	total respuestas	Fr n=7	Porcentaje %
Sociedad Anónima (SA)	0	0	0
Sociedad Limitada (SL)	5	0.71	71,42
Sociedad Civil Privada (SCP)	0	0	0
Otro: Autónomo	2	0.28	28,57
$\Sigma$	7		100 %



- **Cualitativo:**

La Sociedad Limitada se revela como absoluta mayoría con un 71,42%, dejando el 28,57% restante para una categoría no prevista en el cuestionario y de discutible validez: *autónomo*. Efectivamente, la caracterización de autónomo revela el tipo de vinculación del sujeto respecto del régimen con la Tesorería de la Seguridad Social, pero no se trata de una persona jurídica, ni se corresponde a una sola. Así son autónomos los profesionales que a título personal y como persona física han solicitado licencia fiscal y efectúan la declaración trimestral del IAE (Impuesto de Actividades Económicas), como también lo son los miembros integrantes de una Sociedad Civil Privada. Así pues, sólo podemos afirmar que se trata de sujetos que podemos clasificar como profesionales liberales, sin conocer exactamente su marco jurídico.

Cuestionario para sujetos ejecutores de relaciones públicas:  
Gabinetes, consultorías, asesorías

Variable: **SECTOR ECONÓMICO**

**3.- ¿En qué sectores operan sus clientes?**

- Agrícola.
- Industrial.
- Servicios:** (marque con una "X" todos aquellos que correspondan)
  - Consumo.
  - Educación.
  - Mass-media.*
  - Nuevas tecnologías.
  - Sanitario.
  - Transportes.
  - .....
  - .....



## Tratamiento de los datos

- Cuantitativo:

<b>Sujetos ejecutores:</b>			
<b>3.- ¿En qué sectores operan sus clientes?</b>			
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>total respuestas</b>	<b>fr n=7</b>	<b>porcentaje %</b>
Agrícola	0	0	0
Industrial	3	0.42	30
Servicios <sup>1</sup>	7	1	70
$\Sigma$	10		100%

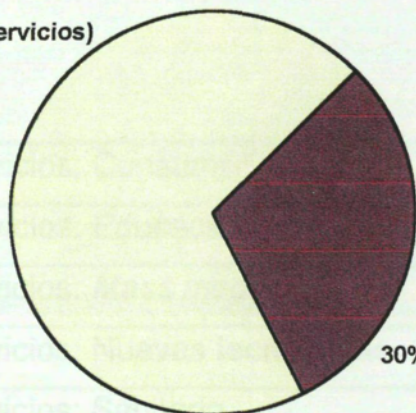
---

<sup>1</sup> Se amplían las respuestas en cuadro aparte.

3.- ¿En qué sectores operan sus clientes?

**SUJETOS EJECUTORES:**  
3.- ¿En qué sectores operan sus clientes?

70% (Servicios)



30% (Industrial)

■ Agrícola. 0%
■ Industrial (30%)
□ Servicios (70)

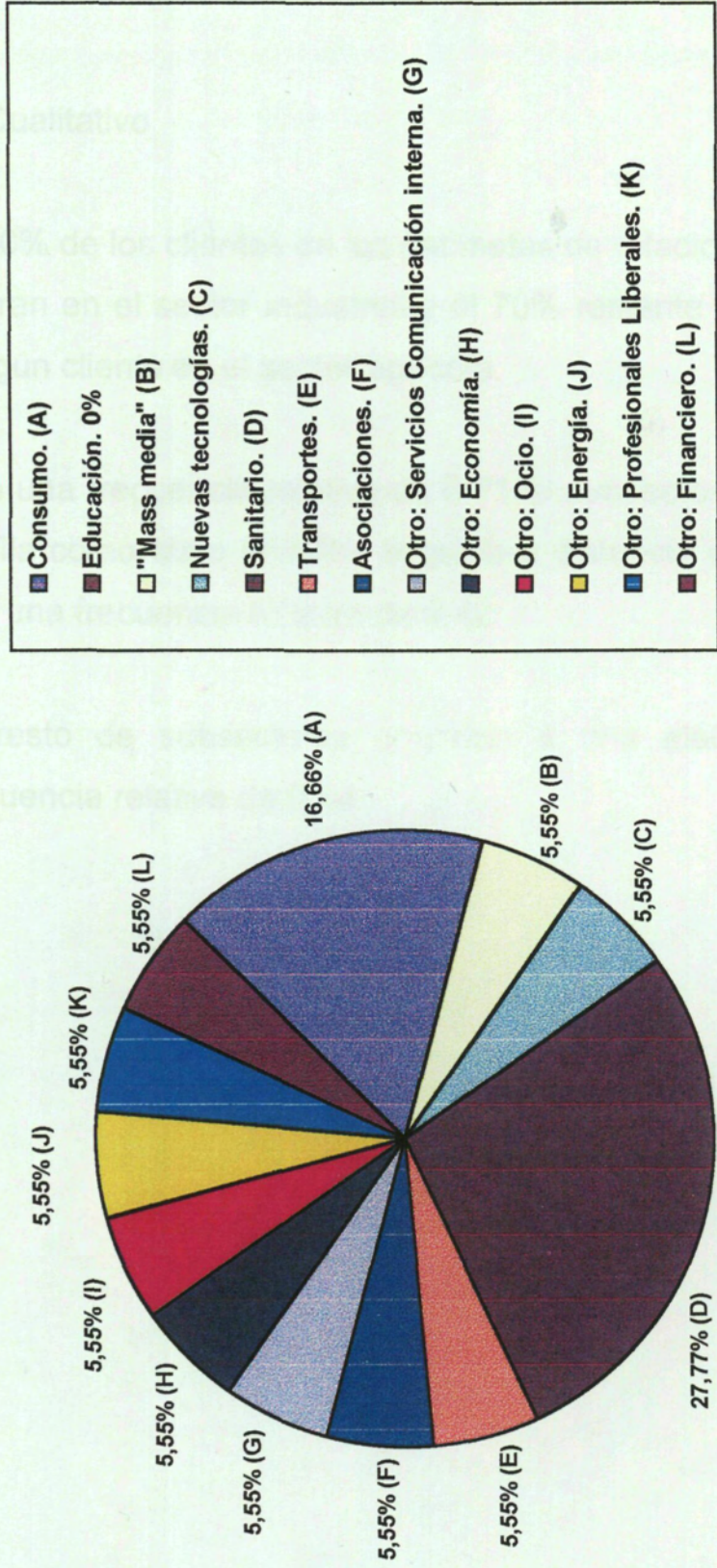
<b>Sujetos ejecutores:</b>			
<b>3.- ¿En qué sectores operan sus clientes?</b>			
<b>DETALLE DE LA CATEGORÍA SERVICIOS<sup>2</sup></b>			
<b>Opciones de respuesta</b>	<b>total respuestas</b>	<b>fr n=7</b>	<b>Porcentaje %</b>
Servicios: Consumo	3	0.42	16.66
Servicios: Educación	0	0	0
Servicios: <i>Mass media</i>	1	0.14	5.55
Servicios: Nuevas tecnologías	1	0.14	5.55
Servicios: Sanitario	5	0.71	27.77
Servicios: Transportes	1	0.14	5.55
Servicios: Asociaciones	1	0.14	5.55
Otros Servicios Comunicación interna	1	0.14	5.55
Otros Servicios: Economía	1	0.14	5.55
Otros Servicios Ocio	1	0.14	5.55
Otros Servicios Energía	1	0.14	5.55
Otros Servicios Profesionales liberales	1	0.14	5.55
Otros Servicios: financiero	1	0.14	5.55
$\Sigma$	18		100%

<sup>2</sup> Amplía el cuadro anterior.



### SUJETOS EJECUTORES:

3a.- ¿En qué sectores operan sus clientes?  
DETALLE DE LA CATEGORÍA SERVICIOS





- Cualitativo

El 30% de los clientes de los gabinetes de relaciones públicas operan en el sector industrial y el 70% restante en servicios. Ningún cliente en el sector agrícola.

Con una frecuencia relativa de 0.71 el subsector *sanitario* se perfila como claro favorito; seguido a distancia por *consumo* con una frecuencia relativa de 0.42.

El resto de subsectores empatan a una elección y una frecuencia relativa de 0.14.