

02

GUÍAS

para la implantación de la
responsabilidad social
en la empresa

Garante 

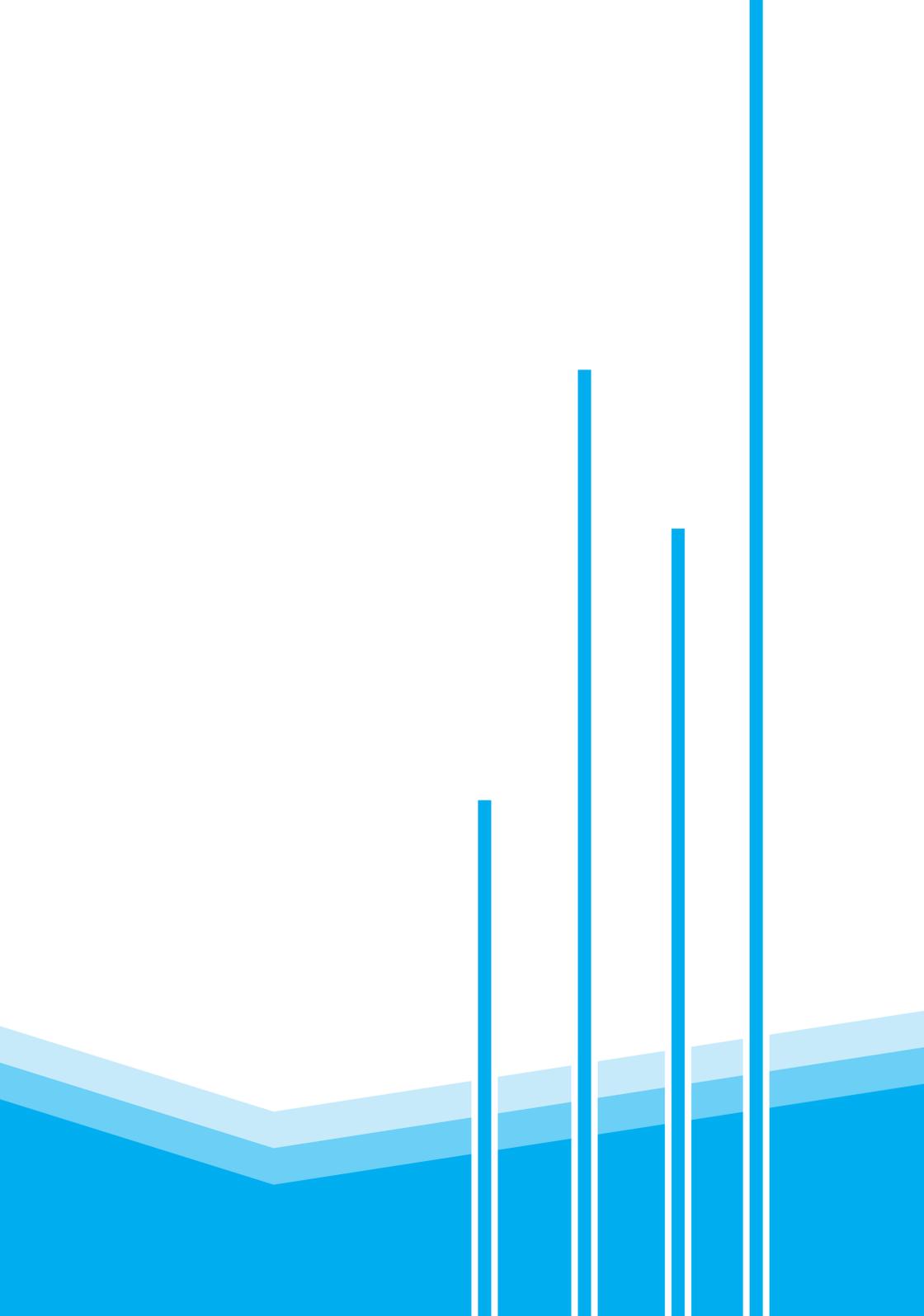
Autodiagnóstico de la RSE





INDICE





PRESENTACIÓN

La innovación sostenible

En la actualidad nos encontramos en un mundo más dinámico con una concepción global de los problemas ambientales, ya que éstos no conocen fronteras. El mercado depende de los recursos naturales que la Tierra ofrece, el hombre los transforma en otros productos y servicios para su desarrollo y crecimiento económico. En este sentido, la ONU reconoce, en sus diferentes reuniones internacionales, que los problemas ambientales están correlacionados con los problemas sociales y económicos, advirtiendo que sólo el desarrollo sostenible conseguirá alcanzar un desarrollo humano, potenciando el crecimiento económico, dentro de un equilibrio social y con un eficaz cuidado al medio ambiente.

Por otra parte, la innovación puede ser una vía para conseguir un desarrollo sostenible.

En la actualidad determinados problemas ambientales que tienen su repercusión directa en la sociedad y en la economía mundial (como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y recursos naturales, etc) ya se están notando de manera evidente. En concreto, en 1997 se celebró la Conferencia sobre el Cambio Climático de Kyoto y como resultado de los compromisos adquiridos, por parte de muchos estados se está consiguiendo un cambio en el modelo energético, generando nuevas formas de producción de energías alternativas, mejorando su eficiencia, es decir, en numerosas ocasiones, innovando.

El concepto de ecoinnovación encierra un doble significado, por una parte se refiere a que en el proceso de innovación de la empresa se incorpore el factor ambiental (por ejemplo un nuevo producto que ha reducido su

peso, volumen, componentes, consumo de energía y agua) y/o innovar en productos y servicios ambientales (por ejemplo, nuevos sistemas de captación y transferencia de energía fotovoltaica).

La innovación, llega como consecuencia de un cambio radical en la manera de concebir la gestión empresarial, el negocio y la forma de relación interna y externa de la empresa. Justo en ese momento es cuando se ha de aprovechar el esfuerzo que la empresa está realizando, incorporando el factor medioambiental, en el proceso de innovación. En este sentido, con la ecoinnovación, el medio ambiente se transforma en un motor o fuente de inspiración de la innovación.

La innovación a través de la Responsabilidad Social Empresarial es una oportunidad, voluntaria, y no se trata de nuevas normas ni obligaciones, pudiéndose añadir valor a la empresa si se presta la adecuada atención a algunos aspectos sociales y ambientales en las actividades empresariales.

El desarrollo sostenible es un modelo de crecimiento y desarrollo humano integral, es decir, aúna e interrelaciona el crecimiento económico y social con el respeto al medio ambiente. Fundamentar la RSE a partir del desarrollo sostenible es quizá una visión inicial amplia y coherente con el modelo que desde diversos organismos internacionales están trabajando desde hace más de 20 años. El desarrollo sostenible se enfrenta radicalmente con el modelo de desarrollo basado en el crecimiento económico como única vía de progreso social.

Es esta línea de desarrollo la que exige un mayor compromiso y una voluntad decidida de cambio de orientación estratégica para las empresas. Pero al mismo tiempo, es la que ordena de una manera más coherente la RSE. En concreto, exige de los gestores de las empresas un análisis de la responsabilidad de sus decisiones sobre el impacto económico, social y ambiental, entrando en sintonía con los valores sociales que en la actualidad se están dando.

La innovación y el desarrollo sostenible se orientan en una misma línea, los dos buscan satisfacer necesidades actuales sin hipotecar escenarios futuros. En la actualidad la innovación es una necesidad estratégica de toda empresa y supone una transformación radical (desde la raíz misma de la empresa), a semejanza del desarrollo sostenible que necesita de un cambio radical de la empresa. Por ello, esta unión íntima entre medio ambiente, economía y sociedad necesita de motores para conseguir su efectividad, entre ellos la innovación. El desarrollo sostenible necesita de la innovación para expresarse de manera tangible, llegar al mundo empresarial y ser valorado por la sociedad.

Por ejemplo, diseñar productos y servicios ecoeficientes, empleando menos materias primas (desmaterializando productos y servicios) para su elaboración, generando menos residuos por unidad producida, utilizando materias primas de bajo impacto ambiental (madera certificada, pinturas y barnices con nulo o mínimo contenido en compuestos orgánicos volátiles, etc), procesándolas mediante tecnologías limpias e implantando un sistema de gestión ambiental, mejorando continuamente y ecodiseñando, considerando en el proceso de innovación el ciclo de vida del producto y proporcionando una satisfacción al cliente por el producto o servicio recibido. Es así como la innovación puede ayudar a alcanzar el desarrollo sostenible y, en consecuencia, aumentar la competitividad de las empresas.

Para ello, es necesario potenciar el mercado de productos eficientes ambientalmente, ya que supone un beneficio económico, social y medioambiental, es decir, fomentar el “mercado responsable”, sin duda alguna, abrirá nuevos retos de innovación de productos, gestión y procesos.

Es verdad que ya existen empresas que están poniendo en práctica mejoras incrementales en calidad, medio ambiente y de otros diversos aspectos, sin embargo aún no se está consiguiendo un cambio cultural en las empresas que potencie de una manera decidida la innovación.

Existe la innovación cuando “es distinto” y “es mejor”, en definitiva se añade valor al producto o servicio, siendo asimilado por el mercado. Si con la diferenciación y mejora diseñada en el producto o servicio, se consigue, a su vez, una reducción del impacto ambiental asociado a dicho producto o servicio a lo largo de su ciclo de vida o supone un modelo de gestión que aporta valor social y económico a la empresa, sociedad y otros grupos de interés, la innovación pasará a ser “responsable”.

La innovación es un proceso sistemático y como tal, necesita de una planificación, procedimientos y herramientas adecuadas para su desarrollo. Por ello es difícil que una empresa pequeña o mediana pueda innovar sistemáticamente sin una convicción profunda. Desde este punto de vista, la innovación debe ser una decisión basada en la reflexión estratégica de una empresa. Por ello, el primer paso a dar por una empresa que quiere innovar es realizar una reflexión estratégica, y sobre todo, superar la presión del día a día, las urgencias y decisiones a corto plazo, ya que estas dejan poco tiempo para la innovación.

Si la empresa además incorpora mejoras sociales, laborales o de otra índole que afecta a algún grupo de interés que ha identificado al empresa, se podrá afirmar que la empresa innova de manera responsable. Sin duda caminará hacia una excelencia empresarial.

A través de la innovación sostenible, las empresas pueden incrementar el valor de los productos, servicios y procesos puestos en el mercado y, subsiguientemente, aumentar la competitividad de éstas.

El **proyecto GARANTE** tiene un importante objetivo: incorporar la Responsabilidad Social en las empresas como una forma de innovación empresarial en su más amplio sentido, incorporando el factor de responsabilidad social / desarrollo sostenible, ayudando a alcanzar una de

las aspiraciones de la Unión Europea, conseguir una sociedad responsable, dinámica y socialmente comprometida.

Desde el CEEI de Elche estamos convencidos de el proyecto GARANTE es un importante punto de partida, y esperamos que ayude y anime a las empresas a iniciar y andar el único camino posible: el de la innovación sostenible.

Joaquín Alcazar

Director Centro Europeo de Empresas Innovadoras (CEEI) de Elche



ETAPAS EN LA ⁹ IMPLANTACIÓN DE LA RSE

Existen diversas definiciones del término Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa. En las guías que acompañan a la presente en esta colección, se han incluido diversas aproximaciones. Iniciar una guía sobre el diagnóstico de la RSE sin incluir una definición, por reiterativa que ésta sea no sería correcto. Por ello, hemos seleccionado la definición que sobre RSE hace el I proyecto de norma ISO 26000 “Guía sobre Responsabilidad Social”, (en el momento de elaboración de esta Guía se encuentra en desarrollo): “acciones de la organización para responsabilizarse por los impactos de sus actividades en la sociedad y el medio ambiente con un comportamiento que: es consistente con el interés de la sociedad y el desarrollo sostenible, cumple la ley aplicable y es consistente con las normas internacionales, esta integrado en toda la organización, y tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés”

Esta definición abarca prácticamente todos los campos en los que la RSE actúa. En el proyecto Garante se establecieron unos límites propios para la actuación en RSE¹

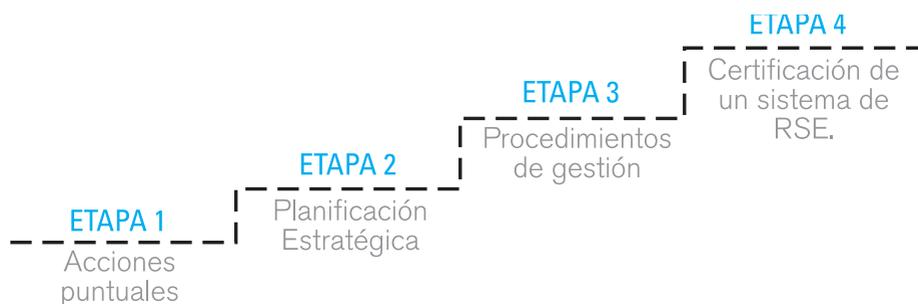


1. Guía para la implantación de la responsabilidad social en las empresas de la construcción de la comunidad valenciana. MASUNO. Edita: FEVEC. 2006.

En este sentido, cuando se trata de implantar medidas de RSE, son tantos los campos de actuación posible, las distintas acciones e incluso los distintos receptores, que se hace necesario por una parte identificar lo que ya se hace y por otra evaluar las distintas posibilidades de actuación.

Así, en el volumen 3 de la presente colección, se determinarán los pasos a seguir para una eficaz implantación de las primeras acciones de RSE, e incluso en el volumen 1 ya se han definido unas propuestas de actuación en base a una metodología de implantación de la RSE basada en fases progresivas y en un sistema de gestión análogo a los sistemas existentes de calidad, medio ambiente o prevención de riesgos, que podrían llegar a ser certificables.

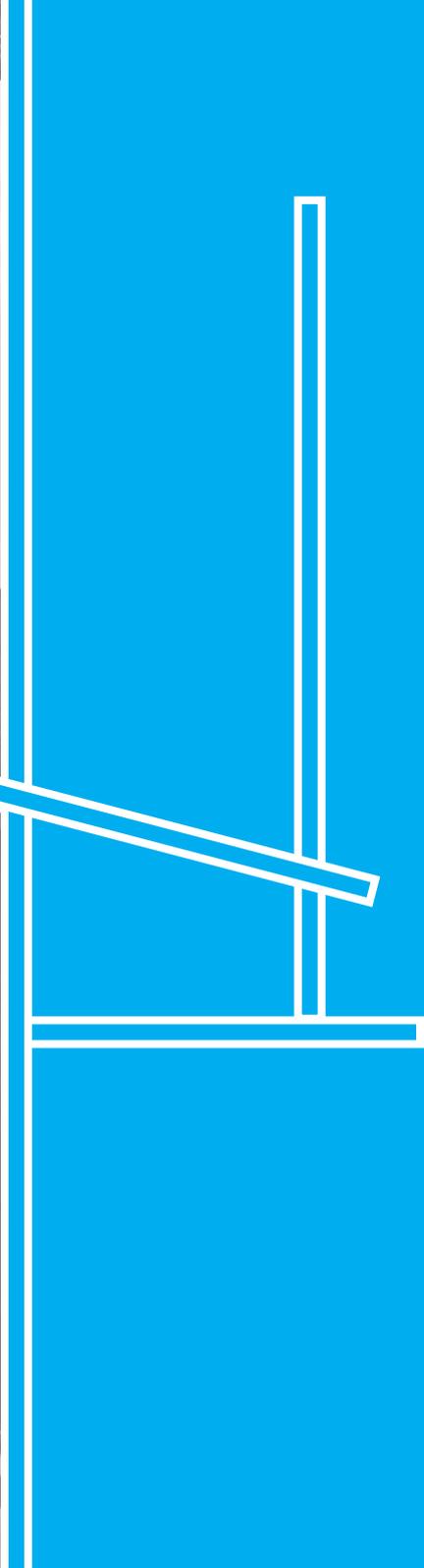
El esquema propuesto es pues progresivo, representado en una serie de etapas en escalera.



Pero para hincar el camino, para empezar a subir la escalera, es indispensable saber cómo estamos. No sólo saber en qué escalón nos encontramos, sino incluso ir más allá, saber las acciones que estamos realizando, aunque no las llamemos todavía RSE. Y, sobre todo, conocer las posibilidades de mejora, los puntos fuertes y los puntos débiles de nuestra organización.

Como en todos los trabajos de mejora en las empresas, necesitamos una primera foto. Necesitamos saber en qué situación nos encontramos. Para ello, la herramienta más eficaz es el diagnóstico o auditoría.







A. Datos generales

1. Diagnóstico

Técnico:	
Fechas:	
Rpble empresa:	

2. Datos generales

Razón Social:	
Dirección:	
Teléfono:	
Fax:	
E-mail:	
Web:	
Representante Legal:	
Responsable del proyecto:	

3. Actividad desarrollada

--

4. Nº de centros de trabajo/obras simultáneas

--

5. Pertenecer a algún grupo empresarial (indicar porcentaje)

--

6. Clientes principales (detallar tipo de cliente, mercado al que se dirige)

--

7. Objetivo/enfoque estratégico de la empresa (puntuar de 1 a 5)

	En expansión
	Innovadora
	Altamente cualificada
	Rentabilidad máxima
	En proceso de consolidación

8. Notas datos generales

--

B. Acción social interna

9. Empleo

Nº de empleados:	
Nº de empleados fijos:	
Tipos de contrato habituales:	
Antigüedad media:	
Nº de mujeres contratadas y tipo de contrato:	
Nº de inmigrantes contratados y tipo de contrato:	
Nº de discapacitados contratados y tipo de contrato:	

10. Remuneración por incentivos/objetivos

	No
	Si (detallar)

11. Horarios

12. Flexibilidad horaria (detallar)

--

13. Reducción de jornada (numerar, detallar e indicar motivos)

--

14. Permiso por maternidad/reducción jornada maternal. Indicar

Número de reducciones últimos 2 años	
% mujeres y % hombres:	

15. Ampliación de la reducción de jornada (superior a lo establecido legalmente)

	No
	Si (detallar)

16. Motivación del personal

La empresa realiza algún tipo de acción de motivación del personal (ej: puertas abiertas, viajes, guarderías, bonos de aparcamiento/comida...)

	No
	Si (detallar)

17. Formación del personal

Adjuntar programa de formación años 2005/2006

Gasto:	
% del volumen de negocio:	
Horas personal dedicadas:	

La formación se realiza

	En horario laboral
	Fuera de horario laboral
	Compartido (indicar %)

Incluye formación en

	si	no
Medio ambiente		
Prevención de riesgos		
Utilizan las bonificaciones en seguridad social		

18. Selección y contratación del personal

Indicar las fuentes

Incluye formación en

positivo	negativo	
		Mujeres
		Inmigrantes
		Grupos de edad: jóvenes
		Grupos de edad: mayores de 45
		Discapacitados
		Antecedentes penales (reinserción)

19. Cuadro de mando

	si	no
Existe organigrama definido (fotocopiar)		
Promoción interna		
Se aplican técnicas de liderazgo y motivación		

En caso positivo adjuntar ejemplos.

20. Subcontratas

	si	no
Se conoce el tipo de contrato que éstas realizan a sus trabajadores		
Se conoce N° de mujeres contratadas y tipo de contrato		
Se conoce N° de inmigrantes contratados y tipo de contrato		
Se conoce N° de discapacitados contratados y tipo de contrato		
Se tienen en cuenta estos factores en el momento de la contratación (explicar como se tienen en cuenta)		

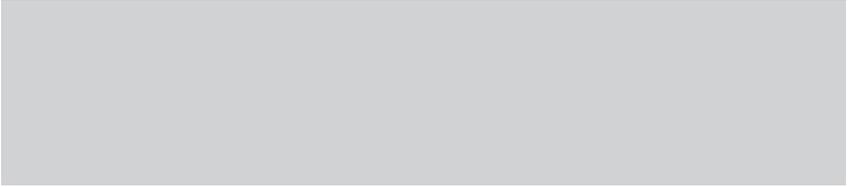
21. Percepción del sector en acción social interna

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

22. Percepción propia en acción social interna

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

23. Notas acción social interna



C. Acción social externa

24. La empresa colabora con (detallar el tipo de colaboración, la entidad y el importe):

ONGs de carácter social

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

ONGs de carácter medioambiental

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

ONGs de otro tipo

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

Asociaciones profesionales

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

Asociaciones vecinales

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

Asociaciones deportivas/culturales/festivas

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

Otros

Entidad	Tipo de colaboración	Importe (anual)

25. A la hora de contratar bienes o servicios se tiene en cuenta (detallar casos)

si	no		
		Servicios/bienes ofertados por Centros Especiales de Empleo (discapacitados)	
		Ejemplos:	
		Materiales reciclados/con etiqueta ecológica	
		Ejemplos:	
		Servicios certificados ISO 14001/EMAS	
		Ejemplos:	
		Servicios/materiales/mano de obra de carácter local	
		Ejemplos:	

26. La empresa realiza algún tipo de donación

	No
	Si (indicar importe y destino)

27. Participa en algún tipo de promoción de la cultura local (lengua local, protección patrimonio, tradiciones...).

	No
	Si (detallar)

28. La empresa obtiene algún tipo de deducciones fiscales de su aportación en acciones sociales.

	No
	Si (detallar)

29. Se han recibido algún tipo de quejas, comunicaciones o reclamaciones referentes a los trabajos realizados por la empresa.

	No
	Si (detallar)

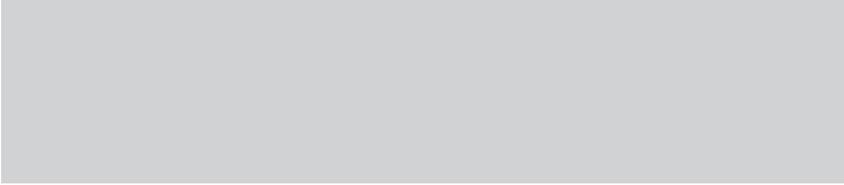
30. Percepción del sector en acción social externa

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

31. Percepción propia en acción social externa:

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

32. Notas acción social externa



D. Prevención de riesgos

33. La empresa cuenta con un sistema de prevención de riesgos certificado

	No
	Si (entidad y fecha, adjuntar los objetivos para el año 2006)

34. Existe un responsable de prevención

	No
	Si (Nombre y formación)

35. Existe personal formado en prevención de riesgos

	No
	Si (cargo y titulación)

36. El personal de la empresa está formado en prevención de riesgos

	El 100 %
	Entre el 75 y el 100 %
	Entre el 50 y el 74 %
	Entre el 25 y el 49 %
	Entre el 1 y el 24 %
	Ninguno

37. Todo el personal tiene acceso a EPIs.

	No
	Si

38. El sistema de prevención es de tipo

	Propio
	Ajeno (indicar entidad)

39. El personal recibe formación en prevención de riesgos antes de incorporarse al puesto de trabajo

	En todos los casos
	En al menos el 50 % de los casos
	En menos del 50 % de los casos
	En ningún caso

40. Están identificados todos los riesgos (empresas no certificadas)

	No
	Si

41. Se asegura que las contratadas cumplan toda la legislación en prevención de riesgos

	En todos los casos
	En al menos el 50 % de los casos
	En menos del 50 % de los casos
	En ningún caso

42. Detallar el número de accidentes y bajas laborales en el año 2005

43. Se investigan las causas de los accidentes y bajas y se inician acciones correctivas (empresas no certificadas):

	En todos los casos
	En al menos el 50 % de los casos
	En menos del 50 % de los casos
	En ningún caso

44. Percepción del sector en prevención de riesgos

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

45. Percepción propia en prevención de riesgos

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

46. Notas prevención de riesgos



E. Medio Ambiente

47. La empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental certificado

	No
	Si (entidad y fecha, adjuntar los objetivos para el año 2006)

48. Existe un responsable de medio ambiente

	No
	Si (Nombre y formación)

49. Existe personal formado en medio ambiente

	No
	Si (cargo y titulación)

50. El personal de la empresa está formado/sensibilizado en medio ambiente

	El 100 %
	Entre el 75 y el 100 %
	Entre el 50 y el 74 %
	Entre el 25 y el 49 %
	Entre el 1 y el 24 %
	Ninguno

51. La empresa ha tenido algún tipo de sanción medio ambiental

	No
	Si (detallar)

52. Se realizan las siguientes operaciones de gestión de residuos (empresas no certificadas)

si	no	
		Separación selectiva de residuos no peligrosos
		Gestión de residuos no peligrosos a través de empresas autorizadas
		Gestión de residuos peligrosos a través de empresas autorizadas
		Cumplimentación del libro de registro de residuos peligrosos
		Trámites en la gestión de residuos peligrosos:
		Documento de aceptación
		Comunicación previa
		DCS/justificante de entrega
		Entrega documentación en Conselleria
		Correcto etiquetado de los residuos

53. Se realizan mediciones de ruido

	No
	Si (indicar frecuencia)

54. Se instalan elementos de protección ante el ruido y las emisiones (polvo)

	No
	Si

55. Se conocen las ordenanzas municipales referentes a medio ambiente en los puntos donde se trabaja

	En ningún caso
	En algunos casos
	En todos los casos

56. Grado de control de vertidos: analíticas (parámetros y periodicidad), sistemas de depuración , permisos. . .)

--	--

57. Emisiones: indicar su existencia, procedencia y control. Libros de registro

--	--

58. Consumos: indicar si existe control de consumos de agua, materiales, energía...

--	--

59. Se tiene en cuenta el impacto ambiental y la afección a la biodiversidad a la hora de planificar y ejecutar los trabajos

	En el 100 % de los casos
	En el 50 % de los casos
	En ningún o pocos casos

60. Vehículos/maquinaria

Nº de vehículos propios/maquinaria	
Antigüedad media	
Mantenimiento propio o externo	

61. Percepción del sector en medio ambiente

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

62. Percepción propia en medio ambiente

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

63. Notas medio ambiente



F. Calidad

64. La empresa cuenta con un sistema de calidad certificado

	No
	Si (entidad y fecha, adjuntar los objetivos para el año 2006)

65. Existe un responsable de calidad

	No
	Si (Nombre y formación)

66. Existe personal formado en calidad

	No
	Si (cargo y titulación)

67. El personal de la empresa está formado/sensibilizado en calidad

	El 100 %
	Entre el 75 y el 100 %
	Entre el 50 y el 74 %
	Entre el 25 y el 49 %
	Entre el 1 y el 24 %
	Ninguno

68. Inspecciones en obra/trabajo

Indicar nº y tipo de inspecciones

--	--

si	no	
		Están definidas las responsabilidades y periodicidades

69. Existe una metodología eficaz del control y resolución de no conformidades

	No
	Si

70. Participación del personal en el sistema

Indicar nº de sugerencias y % de aplicación de las mismas

--	--

71. Percepción del cliente de la calidad del trabajo

General

	Muy alta calidad
	Buena calidad
	Normal
	Aceptable
	Baja

Retrasos

	No	
	Si (indicar % sobre el total de trabajos)	

Rectificaciones

	No	
	Si (indicar % sobre el total de trabajos)	

Modificaciones en los presupuestos

	No	
	Si (indicar % sobre el total de trabajos)	

Quejas y reclamaciones

	No	
	Si (indicar nº y % resuelto en el último año)	

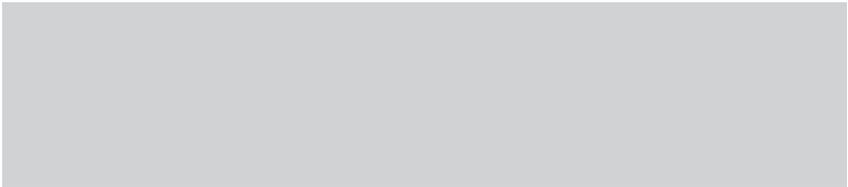
72. Percepción del sector en calidad

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

73. Percepción propia en calidad

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

74. Notas en calidad



G. I+D+I

75. La empresa cuenta con un sistema de I+D+I certificado

	No
	Si (entidad y fecha, adjuntar los objetivos para el año 2006)

76. Existe un responsable de I+D+I

	No
	Si (Nombre y formación)

77. Se realiza I+D+I

	No
	Si (detallar últimos proyectos e inversión (total y % del volumen de negocio))

78. Se aplica el resultado del I+D+I (propio o ajeno) en las obras, instalaciones o trabajos.

	No (indicar motivos)
	Si (indicar en qué grado: siempre, en ocasiones, de qué depende...)

79. Se considera la disminución de impactos ambientales como factor de desarrollo/aplicación de I+D+I

	No
	Si

80. Se conocen las innovaciones del sector

	No
	Si (fuentes, medios)

81. Pertenece a alguna asociación empresarial

	No
	Si (indicar)

82. Percepción del sector en I+D+I

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

83. Percepción propia en I+D+I

	Preparado (cumplimiento legislación)
	Comprometido (realiza acciones específicas, puntuales)
	Actúa (lo integra en la gestión de la empresa)
	Lidera (colabora con acciones externas, controla a la cadena de suministros)

74. Notas I+D+I



H. Identidad corporativa y márketing

85. La empresa cuenta con una/s marca/s propia/s

--

86. Importancia que se da a la imagen de marca

	Muy Alta
	Alta
	Media
	Baja

87. Importancia de la imagen de marca dentro del grupo empresarial (si procede)

	Muy Alta
	Alta
	Media
	Baja

88. Predominancia de la marca del grupo sobre la marca propia de la empresa (si procede)

	Muy Alta
	Alta
	Media
	Baja

89. La empresa cuenta con un manual de identidad corporativa

	No
	Si

90. La identidad corporativa se aplica de forma homogénea en los elementos de comunicación de la empresa (papelería, ropa, vehículos, catálogos, web. . .)

	No
	En pocos casos
	En la mayoría de los casos
	Siempre

91. La empresa cuenta con página web

	No
	Estándar
	Personalizada
	Portal web
	Portal web del grupo (indicar dirección)

92. Los clientes conocen la empresa por

	Importancia del grupo empresarial
	Marketing directo (comerciales, catálogos, anuncios)
	Marketing indirecto (web, clientes, asociaciones)

93. Percepción del "valor" de la marca

La marca transmite la imagen que se desea de la empresa

	Si
	No (indicar cual sería la imagen a transmitir)

La marca está posicionada en el lugar que se desea del mercado

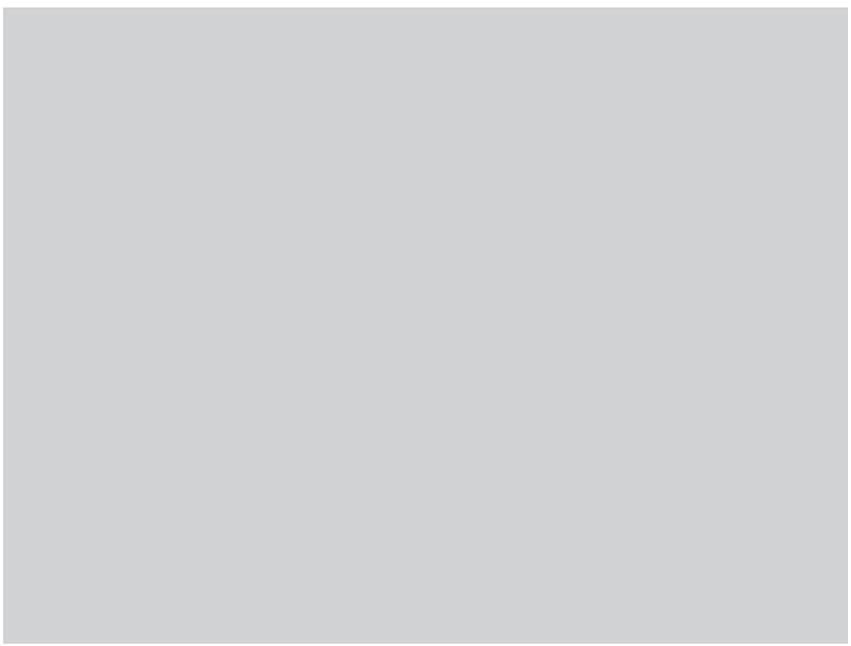
	Si
	No (indicar la posición deseada)

La marca y su comunicación transmiten

	Calidad
	Confianza
	Eficacia
	Rentabilidad
	Rapidez
	Solidez
	Protección ambiental
	Implicación social
	"Deseos de trabajar aquí"

94. Notas identidad corporativa

95. Notas generales



Promueve:



Colabora:



Realiza:

masuno
Servicios Socioambientales

Financiado por:

