

Capital humano: Elementos (3)	Variables (16)
Valores y actitudes (ser+estar)	▪ Sentimiento de pertenencia y compromiso ▪ Automotivación ▪ Satisfacción ▪ Sociabilidad y orientación al cliente ▪ Flexibilidad y adaptabilidad ▪ Creatividad
Aptitudes (saber)	▪ Educación reglada ▪ Formación especializada ▪ Formación interna ▪ Experiencia ▪ Desarrollo personal
Capacidades (saber hacer)	▪ Aprendizaje ▪ Colaboración (trabajo en equipo) ▪ Comunicación (intercambio de conocimiento) ▪ Conciliación de la vida laboral y familiar ▪ Liderazgo

Elemento: Valores y actitudes	
Variables	Indicadores (23)
Sentimiento de pertenencia y compromiso	▪ Años de antigüedad en la organización
	▪ % de rotación externa
	▪ % de personas implicadas en actividades corporativas de mejora ⁹
	▪ % de empleados con participación en el accionariado de la empresa
Automotivación	▪ % de absentismo laboral
	▪ % de personas con remuneración equiparable a la media del sector
	▪ Nº de personas promocionadas
	▪ Nº de personas que valoran positivamente su ambiente de trabajo/Total plantilla
Satisfacción	▪ % de rotación interna deseada por el individuo
	▪ Ratio de beneficio por empleado
	▪ Nº de premios y reconocimientos al trabajo realizado
	▪ Nº de personas satisfechas en la relación colaborador-jefe/Total plantilla
Sociabilidad y orientación al cliente	▪ % de personas involucradas en redes internas de trabajo
	▪ % de personas involucradas en redes externas de trabajo
	▪ Índice de clima social (Encuestas de clima laboral)
	▪ % de personas involucradas en procesos de contacto y relación con clientes
Flexibilidad y adaptabilidad	▪ Nº de cambios de actividad en la vida profesional
	▪ Edad media de las personas de la organización
	▪ Nº de movimientos geográficos en la vida profesional
	▪ Nº de tareas delegadas formalmente
Creatividad	▪ Nº de ideas sugeridas por el personal
	▪ Grado de diversidad ¹⁰ en la composición de la plantilla
	▪ % de personas dedicadas a actividades de I+D+i ¹¹

Elemento: Aptitudes	
Variables	Indicadores (16)
Educación reglada	% de personal con titulación superior
	%e de personas con otras titulaciones oficiales¹²
	Media de antigüedad de la titulación
	Grado de heterogeneidad de la formación académica (Ejemplo: Nº de titulados en humanidades / Total de titulados; Nº de ingenieros / Total de titulados, etc.)
Formación especializada	% de personal con estudios de especialización y posgrado
Formación interna	Nº de personas formadas anualmente / Total plantilla
	Nº de personas que han realizado cursos de formación continua / Total plantilla
	Nº de acciones en el campus corporativo virtual¹³
	Nº de acciones formativas en la intranet / Nº total de acciones formativas
Experiencia	Antigüedad media de experiencia en el puesto de trabajo
	Antigüedad media de experiencia en el sector
	Antigüedad media de experiencia en la organización
	Nº de personas con experiencia profesional internacional
Desarrollo personal	% de personas con actividades socio-culturales al margen de su vida profesional
	% de personas con responsabilidades familiares. ¹⁴
	Nº medio anual de promociones en la plantilla

Elemento: Capacidades	
Variables	Indicadores (19)
Aprendizaje	Tiempo dedicado a actividades de formación/ Tiempo total de trabajo
	% de trabajadores que reciben formación
	% de cumplimiento de los objetivos de la formación
Colaboración (trabajo en equipo)	Nº de personas que participan en dos o más equipos internos de trabajo¹⁵
	Nº de personas que participan en dos o más equipos externos de trabajo¹⁶
	Nº de equipos transversales y multifuncionales en marcha
	Nº de objetivos individuales integrados en objetivos generales de equipo
Comunicación (intercambio de conocimiento)	Equipos con incentivos compartidos en relación al total de equipos
	Nº de aportaciones sugeridas¹⁷
	Nº de personas involucradas en plataforma tecnológica/ Total plantilla¹⁸
Conciliación de la vida laboral y familiar.	Nº de aportaciones llevadas a la práctica/ Total aportaciones¹⁹
	% de personas con responsabilidades familiares
	% de horas laborales ejecutadas fuera del lugar habitual de trabajo
	Nº de personas que participa en un programa de conciliación
Liderazgo	Nº de medidas y servicios para facilitar la conciliación²⁰
	Nº de personas satisfechas con sus responsables directos
	% de personas que conocen la estrategia de la organización²¹
	% de personas satisfechas en su puesto de trabajo²²
	Porcentaje de personas implicadas en actividades corporativas de mejora²³

Capital organizativo: Elementos (4)	Variables (15)
Cultura	- Homogeneidad cultural - Evolución de valores culturales - Clima social-laboral - Filosofía de negocio - Identidad organizativa - Sensibilidad en género
Estructura	- Diseño organizativo - Desarrollo organizativo
Aprendizaje organizativo	- Entornos de aprendizaje - Pautas organizativas - Creación y desarrollo de conocimiento - Captación y transmisión de conocimiento
Procesos	- Dirigidos al cliente interno - Dirigidos al cliente externo - Dirigidos a los proveedores
Capital tecnológico: Elementos (4)	Variables (16)
Esfuerzo en I+D	- Gasto en I+D - Personal en I+D - Proyectos en I+D
Dotación tecnológica	- Compra de tecnología - Dotación de tecnologías de la producción - Dotación de tecnologías de la información y de las comunicaciones
Propiedad intelectual e industrial	- Patentes y modelos de utilidad - Marcas registradas - Licencias - Secreto industrial - Dominios en internet
Vigilancia tecnológica	- Información sobre patentes - Conocimiento sobre la actividad tecnológica de la competencia - Información sobre líneas de investigación y tecnologías emergentes - Conocimiento de posibles asociaciones con empresas para I+D - Localización de tecnologías sobre las que solicitar licencias

Elemento: Cultura	
Variables	Indicadores (20)
Homogeneidad cultural	% de personas que comparten la cultura de la organización
	Nº de culturas identificadas (Encuestas de recursos humanos)
	% de gastos generales dedicado a cultura corporativa
Evolución de valores culturales	Nº de valores culturales explicitados (Encuestas de recursos humanos)
	Nº de acciones de difusión de la cultura corporativa
	Tiempo dedicado a difusión de la cultura corporativa
Clima social-laboral	Nº de horas dedicadas a la integración de nuevos empleados
	Nº de comunidades informales
	Horas absentismo / Total horas trabajadas
	Índice de clima social (Encuestas de clima laboral)
	Renuncias voluntarias / Rotación no deseada
	Despidos / Rotación no deseada
Filosofía de negocio	Nº de definiciones de la visión de la organización
	Nº de comunicaciones institucionales que recogen la filosofía de negocio
	Inversión realizada en planes de implantación
Identidad organizativa	% de personas que han participado en la elaboración de la misión de la organización
	% de empleados que son socios de la organización
	% de socios que ocupa cargos directivos
Sensibilidad en género	Nº de actividades implementadas por la organización en materia de sensibilización en género.
	% de personas que han participado en las actividades en materia de sensibilización en género

Elemento: Procesos	
Variables ²⁷	Indicadores (19)
Dirigidos al cliente interno	Nº de procesos documentados orientados al cliente interno
	Nº de consultas de miembros de la organización
	Nº de procedimientos estandarizados de acogida de nuevos empleados
	Nº de procesos de reflexión estratégica
	Nº de procesos de innovación
	Nº de procesos de conocimiento identificados/ Nº de procesos operativos
	Nº de procesos operativos de bases de datos
Dirigidos al cliente externo	Nº de procesos documentados de atención al cliente externo
	% de consultas respondidas a clientes externos
	Nº de procesos de aceptación de clientes
	Nº de procesos de seguimiento de los clientes
	Nº de procesos operativos de segmentación de clientes
Dirigidos a los proveedores	Nº de acuerdos documentados con los proveedores
	Nº de procesos desarrollados conjuntamente con los proveedores²⁸
	Nº de procesos automatizados e integrados con los proveedores²⁹
	Nº de procesos para la implantación del <i>just in time</i> en el suministro de los proveedores
	Nº de procesos de gestión de riesgos de los proveedores³⁰
	Nº de procesos de asistencia técnica de los proveedores
	Nº de acciones formativas con los proveedores

Elemento: Estructura	
Variables	Indicadores (11)
Diseño organizativo	Nº de niveles jerárquicos existentes en la organización
	Nº de directivos / Plantilla Total (%)
	Gastos de externalización / Gastos generales
	% de personas con funciones específicas
	Nº de empresas participadas
Desarrollo organizativo	Nº de personas que han cambiado de puesto de trabajo en el año
	Nº de departamentos que se han visto alterados o modificados en el año
	Nº de incentivos económicos
	Nº de incentivos en especie
	Procesos de reingeniería organizativa culminados con éxito²⁴
	Nº de prácticas operativas documentadas y públicas²⁵

Elemento: Aprendizaje organizativo	
Variables	Indicadores (16)
Entornos de aprendizaje	• Nº de sistemas de sugerencias
	• Nº de comunidades de aprendizaje
	• Nº de foros <i>on line</i>
	• % inversión en formación <i>on line</i> / Total inversión en formación
Pautas organizativas	• Nº de procedimientos organizativos documentados
	• Nº de procedimientos consuetudinarios
	• Nº de rutinas automatizadas / Total de rutinas
Creación y desarrollo de conocimientos	• Nº de sugerencias implantadas/ Nº de sugerencias aportadas
	• Nº de grupos de mejora
	• Nº de equipos de colaboración entre departamentos ²⁶
	• Nº de utilizations sucesivas del conocimiento explicitado
Captación y transmisión de conocimientos	• Nº de procesos de captación y transmisión de conocimientos
	• % de tiempo dedicado a consultas de bases de datos
	• Nº de mejoras de bases de datos existentes
	• Frecuencia media de consulta de las bases de datos corporativas por empleado
	• Nº bases de datos de nueva creación

Elemento: Esfuerzo I+D	
Variables	Indicadores (14)
Gasto I+D	• Gasto I+D/ Ventas totales
	• Gasto I+D/ Gastos totales producción
	• Gasto investigación aplicada/ Total gasto I+D
	• Gasto en desarrollo tecnológico/ Total gasto I+D
	• Gasto diseño, lanzamiento y difusión productos/ Total gasto I+D
	• Gasto I+D/ Compra tecnología
Personal I+D	• Gasto formación directamente relacionado con la introducción de nuevos productos ó procesos/ Ventas
	• Número investigadores I+D/ Total plantilla (EDP's= personas Equivalentes de Dedicación Plena)
	• Personal apoyo I+D/ Total plantilla (EDP's= personas Equivalentes de Dedicación Plena)
	• Número de sugerencias de nuevos productos, procesos y aplicaciones/ Total personal I+D (EDP's= personas Equivalentes de Dedicación Plena)
	• Años experiencia personal I+D
Proyectos I+D	• Número de proyectos I+D en desarrollo
	• Número de proyectos I+D en colaboración/ Total proyectos I+D
	• Duración media proyectos I+D+i (<i>time to market</i>)

Elemento: Dotación tecnológica	
Variables	Indicadores (19)
Compra de tecnología	▪ Gasto de compra de tecnología / Total gastos
	▪ Gasto de compra de tecnología / Total Ventas
	▪ Margen operativo / Gastos de asistencia tecnológica
	▪ Número acuerdos cooperación compra tecnología / Nº de acuerdos cooperación I+D+i
	▪ % de éxito en la asimilación y explotación de tecnologías compradas
Dotación de tecnologías de la producción	▪ Nº de procesos automatizados / Total procesos
	▪ Años antigüedad equipamiento automatizado
	▪ Gasto mantenimiento o sustitución infraestructura tecnológica / Total Ventas
Dotación de tecnologías de la información y de las comunicaciones	▪ Nº de sistemas de información implantados
	▪ Frecuencia media de actualización de los sistemas de información
	▪ Nº medio de procesos integrados en los sistemas de información
	▪ Bites por empleado
	▪ Nº de aplicaciones informáticas
	▪ Margen operativo / Inversión total en aplicaciones informáticas
	▪ Años de antigüedad media del <i>software</i>
	▪ Número de empleados con acceso al portal corporativo / Total plantilla
	▪ Frecuencia media de actualización portal corporativo- acceso <i>intranet</i> / Total plantilla
	▪ Nº de foros de debate establecidos
	▪ Nº de personas que trabajan en red / Total plantilla ³¹

Elemento: Vigilancia tecnológica	
Variables	Indicadores (16)
Información sobre patentes	▪ Nº de patentes de impacto identificadas
	▪ % de patentes nacionales
	▪ % de patentes internacionales
	▪ Nº de licencias concedidas
Conocimiento sobre la actividad tecnológica de la competencia	▪ Nº de competidores
	▪ % de competidores bajo seguimiento
	▪ Nº de reuniones – productos de la competencia para su análisis
Información sobre líneas de investigación y tecnologías emergentes	▪ Nº de líneas de investigación afines
	▪ Nº de grupos de investigación bajo seguimiento
	▪ % de líneas de investigación bajo seguimiento
	▪ Nº de reuniones – productos y procesos para su análisis
Conocimiento de posibles asociaciones con empresas para I+D	▪ % de asociaciones afines bajo seguimiento
	▪ Nº reuniones – asociaciones para su análisis
Dominios en internet	▪ Nº de dominios de internet afines
	▪ % de dominios de internet bajo seguimiento

Elemento: Propiedad intelectual e industrial	
Variables	Indicadores (16)
Patentes y modelos de utilidad	▪ Número de patentes creadas/ Inversión en I+D+i
	▪ Total de patentes/ Media de patentes de la competencia
	▪ Vida útil media de la cartera de patentes
	▪ Vida útil media de la cartera de modelos de utilidad
	▪ Ingresos medios procedentes de productos y procesos patentados
Marcas registradas	▪ Nº de marcas registradas / Media de marcas registradas de la competencia
	▪ Nº de productos que exhiben la marca registrada / Total de la cartera de productos
Licencias	▪ Número de licencias concedidas /Esfuerzo en I+D+i
	▪ Total licencias concedidas / Media de licencias de la competencia
	▪ Vida útil media de las licencias
	▪ Ingresos obtenidos por licencias concedidas
Secreto industrial	▪ Nº de acuerdos confidencialidad o de no-publicación vigentes
	▪ Años de vigencia media de cada acuerdo de confidencialidad
Dominios internet	▪ Valor de los dominios / Inversión en la creación de dominios
	▪ Nº de dominios / Media de dominios de la competencia
	▪ Nº de entradas en el dominio

CAPITAL RELACIONAL

Capital negocio: Elementos (7)	Variables (23)
Relaciones con clientes	- Base de clientes relevantes - Lealtad de clientes (fidelización del cliente) - Satisfacción del cliente - Procesos de relación con clientes⁸ (conocimiento del cliente) - Red de distribución
Relaciones con proveedores	- Formalización de la relación con proveedores - Soporte tecnológico - Personalización de productos y servicios - Capacidad de respuesta del proveedor
Relaciones con accionistas, instituciones e inversores	- Relaciones con los accionistas e inversores institucionales - Relaciones con instituciones del mercado - Relaciones de participación empresarial
Relaciones con aliados	- Base de aliados - Solidez de las alianzas - Beneficios de las alianzas
Relaciones con competidores	- Conocimiento de competidores - Procesos de relación con competidores
Relaciones con instituciones de promoción y mejora de la calidad	- Relaciones con instituciones de la calidad - Certificaciones y sistemas de calidad
Relaciones con empleados	- Antigüedad y fidelización del empleado - Satisfacción del empleado - Procesos de relación con empleados - Portal de empleados
Capital social: Elementos (5)	Variables (13)
Relaciones con las administraciones públicas	- Colaboración con las administraciones públicas - Participación en la gestión pública
Relaciones con medios de comunicación e imagen corporativa	- Notoriedad de marca - Relaciones con medios de comunicación
Relaciones con la defensa del medio ambiente	- Relaciones con las instituciones de defensa medioambiental - Códigos y certificaciones medioambientales
Relaciones sociales	- Relaciones con las organizaciones sindicales - Relaciones con las instituciones del mercado de trabajo
Reputación corporativa	- Códigos de conducta organizativa - Código de gobierno de la empresa - Código de igualdad - Acción social - Programas de conciliación de la vida familiar y profesional

Elemento: Relaciones con clientes	
Variables	Indicadores (20)
Base de clientes relevantes	Incremento del número de clientes
	Nº de clientes cuya rentabilidad supera un x%
	Nº total de clientes activos/ Total clientes
	Volumen de ventas de clientes cuya rentabilidad supera un x%
Lealtad de clientes	Ventas a clientes internacionales/ Total de ventas
	Tasa de rotación de clientes
	Nº medio de productos o servicios por cliente
	Nº de ventas repetitivas
	Edad media de la base de clientes
Satisfacción del cliente	Nº de ventas cruzadas
	Crecimiento anual de los productos o servicios por cliente
	Variación de reclamaciones registradas respecto al año anterior
Procesos de relación con clientes	Nº de clientes perdidos al año
	Tasa de mejora del índice de satisfacción del cliente ³²
	Nº de procesos y sistemas de investigación de clientes y mercados
	Nº de canales de comunicación utilizados para relaciones con los clientes
Red de distribución	Nº de sugerencias anuales de los clientes para el diseño y desarrollo de productos
	Nº de puntos de venta
	Nº de franquicias ³³
	Nº de canales alternativos de distribución

Elemento: Relaciones con proveedores	
Variables	Indicadores (15)
Formalización de la relación con los proveedores	Número de acuerdos y proyectos conjuntos con proveedores³⁴
	Antigüedad media de la relación con proveedores
	% de personal del proveedor trabajando en la organización³⁵
	% de personal de la organización trabajando en centros del proveedor³⁶
	Nº de proveedores que superan un X% del coste total de producción
Soporte tecnológico	Nº de procesos automatizados e integrados con los proveedores
	Nº de actualizaciones del catálogo electrónico de productos de los proveedores
	Nº de herramientas o plataformas tecnológicas conjuntas
	Ahorro medio (en tiempo o costes) en la recepción de pedidos electrónicos
Personalización de productos y servicios	Nº de productos y servicios adaptados específicamente a la empresa/ Total de productos y servicios ofrecidos por proveedores
Capacidad de respuesta del proveedor	Número de incidencias en la relación con los proveedores
	Nº de proyectos dirigidos a implementar sistemas de <i>just in time</i>
	Nº de propuestas innovadoras del proveedor
	Tiempo medio de realización de pedidos
	Desviación media en plazos de ejecución

Elemento: Relaciones con accionistas, instituciones e inversores	
Variables	Indicadores (5)
Relaciones con accionistas e inversores institucionales	Nº de eventos para presentar resultados a los accionistas
	Nº de comunicaciones anuales al accionista
Relaciones con instituciones del mercado	Nº de recomendaciones de los organismos de defensa de la competencia llevadas a la práctica
Relaciones de participación empresarial	Nº de representantes en los órganos de gobierno de las empresas participadas
	Nº de sectores económicos en que se desenvuelve la actividad de la organización

Elemento: Relaciones con competidores	
Variables	Indicadores (5)
Conocimiento de competidores	Nº de herramientas de inteligencia económica
	Nº de acciones de <i>benchmarking</i> al año
	Nº de personas dedicadas al análisis de competidores/ Total plantilla
Procesos de relación con competidores	Nº de acuerdos de colaboración con competidores
	Nº de proyectos conjuntos con competidores

Elemento: Relaciones con aliados	
Variables	Indicadores (12)
Base de aliados	• Nº de alianzas con entidades nacionales ³⁷
	• Nº de alianzas con entidades internacionales ³⁸
	• Nº de alianzas de I+D+i
Solidez de las alianzas	• Antigüedad media de las alianzas
	• Nº de grupos de trabajo en colaboración con los aliados
	• Nº de personas dedicados a alianzas / Total plantilla
	• Nº de alianzas fallidas / Total alianzas en los últimos x-años
Beneficio de las alianzas	• Variación de ventas / Inversión de la alianza
	• Variación del coste de lanzamiento de un nuevo producto derivado de la constitución de una alianza
	• Reducción del tiempo de lanzamiento de un nuevo producto derivado de la constitución de una alianza
	• Nº de programas de formación conjunta
	• Tasa de variación del nivel de desempeño de competencias debido a la alianza (por ejemplo, en los procesos de transferencia tecnológica)

Elemento: Relaciones con instituciones de promoción y mejora de la calidad	
Variables	Indicadores (6)
Relaciones con instituciones de la calidad	• Nº de participaciones en eventos de calidad
	• Nº de auditorías de calidad realizadas en los últimos 3 años
	• Asociaciones de calidad a las que pertenece la organización
	• Nº programas de mejora de calidad en los que participa
Certificaciones y sistemas de calidad	• Nº de certificaciones oficiales poseídas por la organización
	• Nº procesos certificados / Total procesos ³⁹

Elemento: Relaciones con empleados	
Variables	Indicadores (8)
Antigüedad y fidelización del empleado	• Tasa de rotación de empleados
	• Edad media de la base de empleados
	• Media de años de los empleados en la organización
Satisfacción del empleado	• Nº de empleados perdidos al año
	• Tasa de mejora del índice de satisfacción del empleado ⁴⁰
Procesos de relación con empleados	• Nº de canales de comunicación utilizados para relaciones con los empleados
	• Nº de sugerencias anuales de los empleados para la mejora de la organización
Portal del empleado	• Nº de usuarios registrados
	• Tiempo de permanencia por página
	• Período medio de actualización de contenidos

Elemento: Relaciones con las administraciones públicas	
Variables	Indicadores (3)
Colaboración con las administraciones públicas	• Nº de acuerdos de colaboración con organismos públicos
	• Nº de iniciativas de servicio público
Participación en la gestión pública	• Nº de servicios de apoyo a procesos de gestión pública

Elemento: Reputación corporativa	
Variables	Indicadores (20)
Códigos de conducta organizativa	▪ N° de sistemas de seguimiento de la conducta organizativa
	▪ Periodicidad en la actualización de los códigos de conducta
	▪ % de miembros de la organización a los que afecta el código
Código de igualdad	▪ Existencia en la organización de un plan de igualdad
	▪ N° de acciones del plan de igualdad implementadas
	▪ Existencia de una Comisión de Igualdad en la organización
	▪ N° de referencias a la igualdad en la documentación corporativa de la organización
Código de gobierno de la empresa	▪ Antigüedad del código de gobierno
	▪ N° de comunicaciones anuales de gobierno corporativo orientadas hacia la transparencia informativa
Acción social	▪ N° de personas dedicadas a la acción social
	▪ % de inversión dedicado a la conservación del patrimonio
	▪ N° de proyectos de desarrollo territorial en que se haya implicada la organización
	▪ N° de acuerdos de colaboración con instituciones del tercer sector (ONGs, Fundaciones, etc)
	▪ N° de participaciones en proyectos institucionales de I+D+i ⁴³
	▪ N° de acuerdos de colaboración con centros de investigación
	▪ N° de reclamaciones resueltas por el Defensor del Consumidor
	▪ N° de reclamaciones de la empresa/ N° medio de reclamaciones en el sector
Programas de conciliación de la vida familiar y profesional	▪ Existencia de un plan de conciliación en la organización
	▪ N° de reuniones de seguimiento del plan de conciliación
	▪ N° de acciones del plan de conciliación implementadas

Elemento: Relaciones sociales	
Variables	Indicadores (7)
Relaciones con las organizaciones sindicales	▪ N° de acuerdos con organizaciones sindicales
	▪ % de participación en las elecciones sindicales
	▪ % de trabajadores afiliados a sindicatos/ Total plantilla
	▪ N° organizaciones sindicales presentes en la organización
Relaciones con las instituciones del mercado de trabajo	▪ N° de ofertas enviadas a los servicios regionales de empleo
	▪ N° de ofertas enviadas a bolsas de empleo de centros universitarios
	▪ % de puestos de trabajo con contrato indefinido ⁴²

Elemento: Relaciones con la defensa del medio ambiente	
Variables	Indicadores (4)
Relaciones con las instituciones de defensa medioambiental	▪ N° de acuerdos con organizaciones de protección del medio ambiente
	▪ % de la inversión en proyectos medio-ambientales/ Total gastos
Códigos y certificaciones medioambientales	▪ N° de procedimientos dirigidos a la protección del medio ambiente
	▪ N° de certificaciones oficiales de protección del medio ambiente ⁴¹

Elemento: Relaciones con medios de comunicación e imagen corporativa	
Variables	Indicadores (7)
Notoriedad de marca	Nº de estudios de la percepción social de la marca
	Nº de auditorías de marca
	Gasto en creación de marca / Ingresos generados por productos con marca
	Nº de apariciones no contratadas en los medios de comunicación en un año
	Nº de solicitudes de trabajo recibidas de forma espontánea
Relaciones con medios de comunicación	Nivel de presencia en <i>internet</i>
	Inversión monetaria en comunicación y relaciones pública s/ Total ventas