

# Memoria 2022

ruta para la sostenibilidad



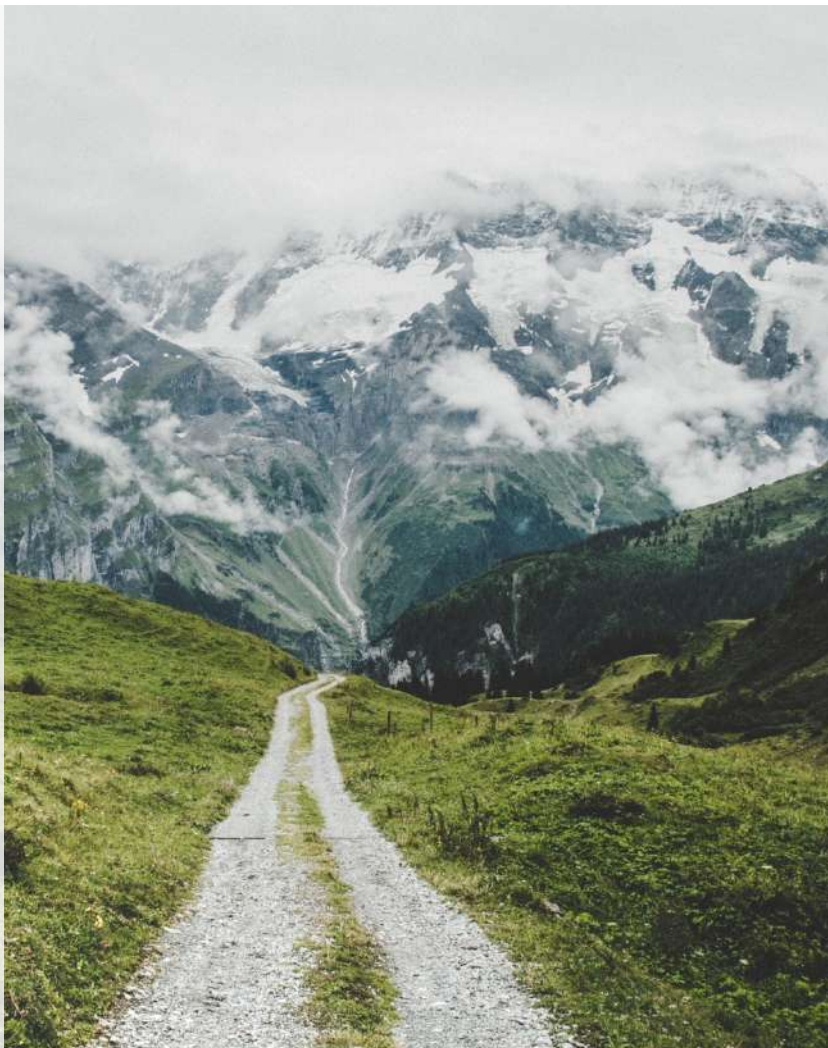
# ÍNDICE

- 01** PRESENTACIÓN
- 02** VALORES
- 03** EL CAMINO HACIA  
EL CAMBIO SOSTENIBLE
- 04** SERVICIOS
- 05** EJEMPLOS DE CASOS ESG
- 06** NUESTRA CONTRIBUCIÓN  
A LOS ODS
- 07** CLIENTES
- 08** ALIANZAS
- 09** ANEXOS





Más de  
25 años  
promoviendo  
el cambio  
sostenible



Con nuestro **Informe de Responsabilidad Corporativa 2022**, queremos mostrar el compromiso de Valores & Marketing con los **10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas**.

Nuestro foco es el **cambio sostenible** basado en promover actitudes y comportamientos que generen transformación, impacto y valor social, ambiental y económico.

Creemos en la capacidad de empresas, organizaciones y personas para mejorar el mundo y promover estrategias y proyectos de colaboración que conduzcan hacia el **cambio sostenible en nuestra sociedad y en el planeta**.

Durante este año hemos ayudado a **27 empresas, organizaciones sociales y administraciones** en su camino hacia el cambio sostenible.

Todos los que formamos el equipo de Valores & Marketing nos sentimos orgullosos de formar parte de este proyecto, que hace más de 25 años, Ramón Guardia con su anticipada visión de ver las cosas fundó.

Os invitamos a ver nuestro informe, consultar nuestra web y nuestra página de LinkedIn para conocer más en profundidad el alcance de nuestro trabajo.



## PROXIMIDAD

Nos sentimos parte del equipo de nuestros clientes. Sus retos son los nuestros y nos implicamos para generar un entorno de confianza y de trabajo en equipo.



## RESPONSABILIDAD

Trabajamos ajustándonos a las necesidades de nuestros clientes, anteponiendo siempre criterios éticos y de responsabilidad, para ofrecer las soluciones más adecuadas.



## EXPERIENCIA

Nos anticipamos a los cambios y las tendencias sociales que impactan a las empresas, las organizaciones y las personas, aplicando nuestro conocimiento generado durante más de 25 años en múltiples sectores.



¿Cómo puedo  
**promover actitudes**  
y **comportamientos**  
para lograr el  
**cambio sostenible?**

¿Dónde estoy y hacia  
donde voy en línea  
con **mi propósito?**

¿Qué **impacto**  
he generado?







CULTURA

- Definición de Misión, Visión y Valores
- Identificación de Propósito e Identificación de Causas
- Diagnóstico organizativo. Audit Social

ESTRATEGIA

- Estrategia ESG
- Planes de Sostenibilidad
- Planes Estratégicos, de Comunicación y Fundraising

PROGRAMAS

- Diseño de Programas y Proyectos Sociales y Medioambientales
- Programas y Campañas de Engagement de los distintos Grupos de Interés
- Marketing Social y Comunicación digital
- Generación de Conocimiento y Formación

REPORTING

- Investigación Transformadora
- Evaluación del impacto
- Reporting

## EJEMPLOS DE CASOS ESG



**Circularplace**  
*Environment*



**Premio Salud Activa**  
*Social*



**Fundació Miró**  
*Governance*



## OBJETIVO

Dar salida a aparatos electrónicos procedentes de cambios tecnológicos, lanzamiento de nuevas gamas, stock no vendido, para reducir la generación de residuos.



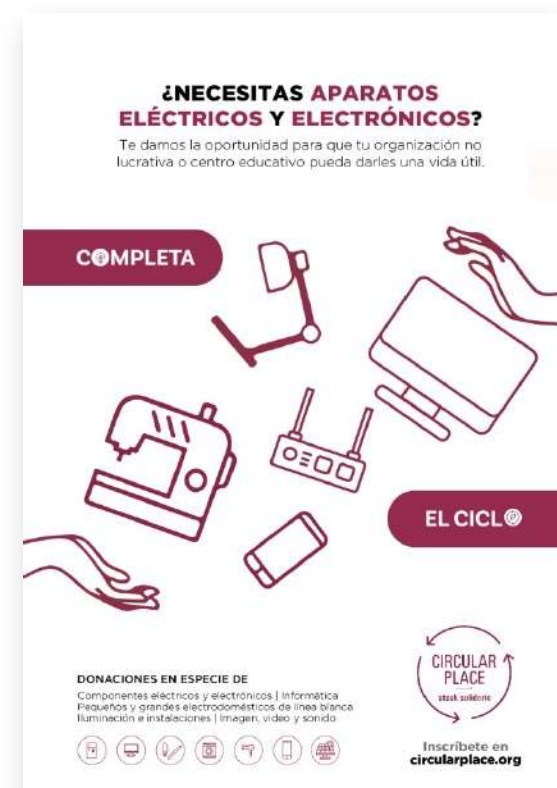
## ESTRATEGIA

Creación de una plataforma web como punto de encuentro entre organizaciones sociales que tienen necesidad de este tipo de stocks y productores de este tipo de materiales.



## RESULTADO CONSEGUIDO

**Más de 20 entidades sociales y educativas** se han dado de alta en el sistema.







## OBJETIVO

Promover hábitos saludables a personas séniors.



## ESTRATÉGIA

A través del Premio Salud Activa se crea una plataforma de relación para promover y reconocer los hábitos saludables de las personas mayores y generar engagement entre los clientes séniors y la red comercial.



## RESULTADO CONSEGUIDO

**425 historias** han sido compartidas en la plataforma [www.premiosaludactiva.com](http://www.premiosaludactiva.com)



con la colaboración de





## OBJETIVO

Alinear la misión, visión y valores de la organización y marcar la hoja de ruta para los próximos años.



## ESTRATÉGIA

A través de un proceso participativo con el equipo de dirección, talleres con empleados y sesiones de escucha y consulta con los distintos stakeholders.



## RESULTADO CONSEGUIDO

Redefinición de la visión, misión y valores y elaboración y edición del plan estratégico de la Fundación Joan Miró 2023-2026.





NUESTRA  
CONTRIBUCIÓN  
A LOS ODS

**12**  
empleados

**56,62 kg**  
de papel reciclado

**50%**  
paridad de género



N<sub>1</sub>



**Horario  
flexible**

Actividad de  
**sensibilización  
ambiental**

Plantilla con  
**8.83 años**  
de antigüedad media

NUESTRA  
CONTRIBUCIÓN  
A LOS ODS

Remuneración  
**fija y variable**  
en base a objetivos



Consumo de  
**de agua filtrada**  
para reducir plásticos

**Conciliación  
laboral**

Ni

Utilización del  
**transporte  
público**  
en los desplazamientos





## CLIENTES 2022



## ALIANZAS

Promotores de:

#GIVINGTUESDAY  
UN DIÀ PARADAR

Socios del:



Miembro promotor de:



Miembro del:



Colaboradores de:



Socio fundador de:



Docentes en:



Promotor y firmante del:

Código Deontológico  
de Consultores de RSE



**ANEXO:**  
**PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS**

| PRINCIPIO                                                                                                                                                              | MEDIDAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | EVALUACIÓN                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia» | No refiere.<br>Somos una micropyme y nuestro ámbito de influencia es local en España y en B2B. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.                                                                                      | No procede.                                                                   |
| <b>2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»                                                | No refiere.<br>Somos una micropyme y nuestro ámbito de influencia es local en España y en B2B. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.<br>En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad. | No procede.                                                                   |
| <b>3</b> «Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva»                                     | No refiere.<br>Por tamaño de la empresa, no se precisa afiliación o negociación colectiva.<br>De todos modos, todos los aspectos referentes a los derechos de los trabajadores son compartidos y debatidos con todos los empleados.                                                                                         | Mediante reuniones periódicas con el equipo: Valoración cualitativa positiva. |
| <b>4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»                                                         | No refiere.<br>Somos una micropyme y nuestro ámbito de influencia es local en España y en B2B. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.<br>En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad. | No procede.                                                                   |

| PRINCIPIO                                                                                                        | MEDIDAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | EVALUACIÓN                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»                                        | No refiere.<br>Somos una micropyme y nuestro ámbito de influencia es local en España y en B2B. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.<br>En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad. | No procede.                                                                                                                |
| <b>6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación» | Las políticas de contratación y promoción se basan en principios de equidad y no discriminación.<br>La nuevas contrataciones han sido mujeres.                                                                                                                                                                              | Consultar la página 6 del informe.<br><br>Mediante reuniones periódicas con el equipo:<br>Valoración cualitativa positiva. |
| <b>7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»                   | La política de compras promueve la adquisición de productos reciclados y reciclables. En ese sentido, se van incorporando nuevas medidas año a año. Por ejemplo:<br>Promoción del tren, frente al avión.                                                                                                                    | Consultar la página 6 del informe.<br><br>Mediante reuniones periódicas con el equipo:<br>Valoración cualitativa positiva. |



| PRINCIPIO                                                                                                               | MEDIDAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | EVALUACIÓN                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»                | Se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.<br>En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad.                                                                                                          | Mediante reuniones periódicas con el equipo:<br>Valoración cualitativa positiva. |
| <b>9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente» | Se promueve el uso del transporte público, el teletrabajo y el uso de materiales reciclados y reciclables.<br>Se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable y sostenible.                                                                                 | Mediante reuniones periódicas con el equipo:<br>Valoración cualitativa positiva. |
| <b>10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»         | No refiere.<br>Somos una micropyme. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable.<br>En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad.<br>Promotores y firmantes del código deontológico RS Consultores. | No procede.<br><br>Consultar la página 5 del informe.                            |



# Valores & Marketing

*Más de 25 años promoviendo  
el cambio sostenible*

