

valores & marketing

INSIGHTS • ENGAGEMENT • IMPACT

Informe de Responsabilidad Corporativa 2019

*25 años comprometidos con las causas,
las marcas y la sociedad.*

valoresymarketing.com

diagonal 512 08006 barcelona t. 93 211 84 87

Presentación

Con nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa 2019, queremos mostrar el compromiso de Valores & Marketing con los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

A lo largo de más de 20 años, Valores & Marketing ha colaborado con empresas y organizaciones sociales en el desarrollo e implementación de estrategias y proyectos con el objetivo de lograr un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

A través de nuestra actividad de investigación, consultoría, implementación de proyectos y medición de impacto, perseguimos lograr cambios en el comportamiento de los consumidores, clientes, empleados y ciudadanos más responsables y sostenibles.

A lo largo de este año, hemos trabajado en proyectos en áreas como: el acceso al mercado de trabajo de colectivos en riesgo de exclusión, la integración social de personas en situación de exclusión social, crowdfunding para organizaciones sociales, la responsabilidad corporativa y la promoción de hábitos saludables.

Os invitamos a leer nuestro Informe y consultar nuestra web www.valoresymarketing.com para conocer más en profundidad el alcance de nuestra actividad y servicios.

Vivimos en un mundo en el que las marcas, cada vez más, van a tener que implicarse en dar respuesta a las causas que afectan a la sociedad. Ayudamos a las marcas a conocer los cambios en los comportamientos necesarios que hay que promover en sus clientes, consumidores, empleados y ciudadanos en general para mejorar su vida y lograr el mayor impacto social.

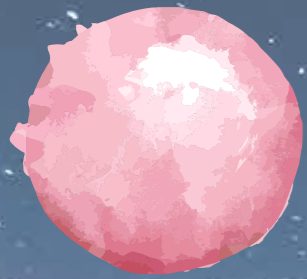




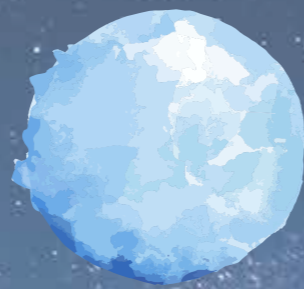
valores & marketing

INSIGHTS • ENGAGEMENT • IMPACT

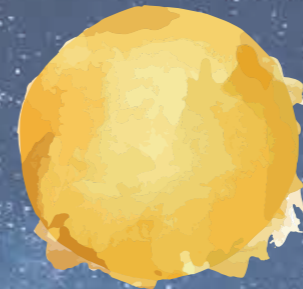
*Nuestros clientes en 2019
Construyendo confianza a
largo plazo.*



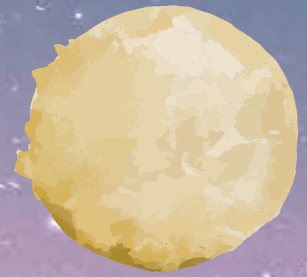
12 empleados



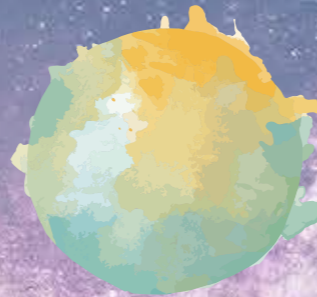
Consumo de **agua filtrada** per reducir plásticos.



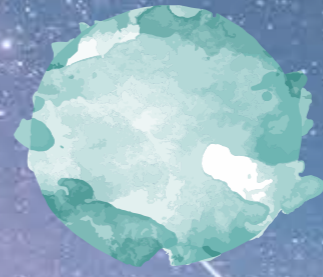
53% del income dedicado a sueldos



42% mujeres



158 kilos de **papel reciclado**



Voluntariado corporativo y donación al **Banc dels Aliments**



9,3 años de antigüedad media



Utilización del **transporte público** en los desplazamientos



Empresa Familiarmente Responsable, horario flexible, remuneración fija y variable en base a objetivo

Principales magnitudes en la dimensión económica, social y medioambiental



DIRSE

Asociación Española de Directivos
de Responsabilidad Social

Miembros de
la Asociación
Española de
Directivos de
Responsabilidad
Social



aeFR
Asociación Española
de Fundraising

Co-fundadores
de la Asociación
Española de
Fundraising



Fundación
Edad & Vida

Miembro
promotor de
la Fundación
Edad & Vida



ESADE
Business School



U B
Universitat
de Barcelona



UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

Participación
como profesores
en: Esade, UB-
IL3, UAB

RS Consultores

Código
Deontológico
de Consultores
de RSE



MEDIARESPONSABLE
Información y diálogo multistakeholder



compromiso RSE

Miembro del
comité asesor de
Media
Responsable
Compromiso RSE



efr distintivo en
conciliación
microentidad
ES - 082 / 15-2016 / Másfamilia

Somos empresa
EFR y consultores
EFR (empresa
familiarmente
responsable)

*Organizaciones en las que
participamos activamente*

valores & marketing

INSIGHTS • ENGAGEMENT • IMPACT

Anexo: Pacto Mundial de Naciones Unidas. Informe de progreso 2019

Principio	Medidas	Evaluación
1 «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	No refiere. 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.
2 «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»	No refiere. 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. En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad.	No procede.
3 «Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva»	No refiere. Por tamaño de la empresa, no se precisa afiliación o negociación colectiva. De todos modos, todos los aspectos referentes a los derechos de los trabajadores son compartidos y debatidos con todos los empleados. Valores & Marketing está acreditada como empresa familiarmente responsable (efr).	Mediante reuniones periódicas con el equipo: Valoración cualitativa positiva. Certificación efr.
4 «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	No refiere. 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. En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad. Valores & Marketing está acreditada como empresa familiarmente responsable (efr).	No procede.

Anexo: Pacto Mundial de Naciones Unidas. Informe de progreso 2019

Principio	Medidas	Evaluación
5 «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»	No refiere. 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. En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad. Valores & Marketing está acreditada como empresa familiarmente responsable (efr).	No procede.
6 «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. La mayoría de las nuevas contrataciones han sido mujeres.	Consultar la página 5 del informe. Mediante reuniones periódicas con el equipo: Valoración cualitativa positiva. Certificación efr.
7 «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: Cambio de botellas de agua por agua filtrada, para reducir el consumo de plásticos.	Consultar la página 5 del informe. Mediante reuniones periódicas con el equipo: Valoración cualitativa positiva.
8 «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. En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad.	Mediante reuniones periódicas con el equipo: Valoración cualitativa positiva.
9 «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. 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: Valoración cualitativa positiva.
10 «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	No refiere. Somos una micropyme. De todos modos, se promueve en el equipo y nuestro trabajo ayuda a nuestras empresas clientes en su desempeño responsable. En la selección de proveedores se tienen en cuenta principios de responsabilidad.	No procede.

valores & marketing

INSIGHTS • ENGAGEMENT • IMPACT

Informe de Responsabilidad Corporativa 2019

*25 años comprometidos con las causas,
las marcas y la sociedad.*

valoresymarketing.com

diagonal 512 08006 barcelona t. 93 211 84 87