

Memoria de sostenibilidad

Versión 1.0

Fecha: 30/08/2025

Mensaje del equipo directivo

En Gift Campaign, apostamos por un modelo de negocio que combine resultados con responsabilidad, porque estamos convencidos de que un crecimiento sostenible no solo es más duradero, sino también más inteligente.

Somos de la opinión de que una buena política ESG no sólo genera valor para la sociedad y el entorno, sino también para Gift Campaign y nuestros clientes. Nos ayuda a tomar mejores decisiones, a colaborar con proveedores que comparten nuestros principios y ofrecer a nuestros equipos y clientes una propuesta coherente y con propósito.

Nuestro objetivo es claro: ofrecer merchandising atractivo, útil y duradero, que se use de verdad. No creemos en promociones que acaban en la basura tras un solo uso. Estamos convencidos que el futuro de nuestro sector pasa por ser más responsable y sostenible. Y no estamos solos: cada vez más clientes piden productos sostenibles, quieren trabajar con empresas con políticas ESG sólidas y, además, la normativa también es cada vez más exigente.

Por todo esto, decidimos empezar este camino. Uno de nuestros primeros compromisos fue unirnos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y alinear nuestras acciones con cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que están muy relacionados con nuestra actividad diaria: el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 12 (Producción y consumo responsables), el ODS 13 (Acción por el clima) y el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

Para llevar estos compromisos a la práctica, hemos adoptado la metodología de ESG de EcoVadis, que estructura nuestra estrategia en torno a cuatro áreas clave: medioambiente, compras sostenibles, prácticas laborales y derechos humanos, y ética. Esta estructura nos permite medir nuestros resultados y compararlos con el mercado, con la ambición de estar entre los mejores.

Hoy nos hace especial ilusión presentar nuestra primera memoria de sostenibilidad.. Un documento que refleja el camino que hemos iniciado, aporta transparencia sobre nuestro compromiso de futuro y recoge los resultados logrados hasta ahora.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. de Koning', with a long horizontal flourish extending to the right.

Diederik de Koning
Director y co-fundador

Sobre Gift Campaign

Nuestra esencia y trayectoria

Gift Campaign es una empresa de e-commerce especializada en la venta de merchandising personalizado para empresas. En los últimos años, ha sido una de las compañías con mayor crecimiento en el sector a nivel europeo.

Fundada en 2014 en Barcelona por dos profesionales del sector que se hicieron una pregunta simple pero ambiciosa —“¿Cómo podemos mejorar el proceso de compra de merchandising y ayudar a las empresas a marcar la diferencia?”—, lo que empezó hace 11 años en la mesa del salón de uno de los fundadores es hoy una empresa con presencia online en siete mercados europeos: España, Portugal, Francia, Italia, Países Bajos, Alemania y Reino Unido.

Nuestro modelo combina lo mejor del entorno digital con la cercanía de un servicio personalizado. El cliente puede gestionar su pedido de forma 100 % online —de manera rápida, sencilla y cómoda— y, al mismo tiempo, contar con el apoyo de una persona de contacto fija que le acompaña en todo el proceso: desde la elección del producto hasta la entrega y la postventa.

Además, contamos con una de las colecciones más amplias del mercado, con miles de opciones adaptadas a todos los sectores y necesidades. La sostenibilidad forma parte de nuestra estrategia de negocio: apostamos por merchandising atractivo, útil, duradero y responsable, y trabajamos con nuestros proveedores para mejorar el impacto ambiental y social de nuestras colecciones.

Apostamos por la velocidad en la impresión y la entrega, y todo ello a precios muy competitivos, porque creemos que la calidad no tiene por qué ir ligada a un coste elevado.

Cifras clave

Facturación anual	+ € 22.000.000
Nº de empleados	71
Nº de países con presencia online	7
Nº de clientes	+ 37.000
Nº de pedidos anuales	+41.000
Nº de productos en colección	+65.000

*Cifras clave a fecha 31/12/2024, menos productos en colección (Julio 2025)

Estrategia y compromisos

Dentro de nuestra estrategia ESG hemos decidido centrarnos en cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que están estrechamente vinculados a nuestra actividad. Creemos que es en estas áreas donde tenemos mayor capacidad de influencia y, por tanto, donde podemos generar un impacto real.

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Queremos que Gift Campaign sea un excelente lugar de trabajo para todos y todas. Un sitio donde se valore a las personas por lo que logran, no por quiénes son. Para asegurar que vamos en buen camino, lo medimos cada año a través de la encuesta de Great Place to Work, el seguimiento de nuestro plan de igualdad y las evaluaciones de desempeño. De nuestros proveedores esperamos que ofrezcan entornos laborales justos, legales y éticos, y que den los pasos necesarios para crear transparencia y garantizar lo mismo para el resto de la cadena de suministro.

ODS 12: Producción y consumo responsables

Estamos justo en medio: entre quien fabrica y quien compra. Y eso nos da una doble responsabilidad —y una doble oportunidad— de empujar desde ambos lados hacia un consumo más consciente.

Queremos crear más transparencia sobre la sostenibilidad y el ciclo de vida de cada producto: desde los materiales utilizados y las certificaciones disponibles hasta su huella de carbono. Para lograrlo, vamos a colaborar estrechamente con nuestros proveedores con el objetivo de incorporar esta información en nuestra web y dar mayor visibilidad a los productos sostenibles.

Esta información no solo ayudará a nuestros clientes a tomar decisiones más informadas, sino que también nos permitirá medir el porcentaje real de productos sostenibles que ofrecemos y definir estrategias concretas para hacerlo crecer.

Además, queremos avanzar hacia una cadena de suministro más responsable. Para ello, vamos a establecer un sistema de evaluación que nos permita analizar el impacto social y ambiental de nuestros proveedores y priorizar a aquellos que comparten nuestros valores y compromisos.

Queremos que el hecho de elegir de forma responsable sea más fácil para todos.

ODS 13: Acción por el clima

Nuestra estrategia climática se centra en dos áreas clave: la reducción de emisiones y la gestión responsable de residuos.

Para actuar con responsabilidad, primero hay que medir. Ya hemos iniciado el cálculo de nuestra huella de carbono en los alcances 1 y 2, pero todavía podemos mejorar la calidad de los datos, profundizar en el análisis y empezar a cuantificar también las emisiones del alcance 3. Nuestro objetivo a corto plazo es claro: tomar decisiones basadas en datos fiables que nos permitan compensar las emisiones que aún no podemos evitar y avanzar hacia la neutralidad de carbono. A medio plazo, queremos dar un paso más y explorar las posibilidades hacia una empresa Net Zero.

En cuanto a los residuos, nuestro compromiso es mantener al mínimo los que generamos —tanto en nuestras oficinas como en procesos vinculados a devoluciones— y compensar aquellos que no podamos evitar. Estamos desarrollando estrategias para reutilizar, donar o reciclar estos residuos siempre que sea posible, y establecer colaboraciones externas que nos ayuden a compensar el impacto restante.

Respecto al consumo de agua, actualmente solo utilizamos agua para uso diario del equipo en oficina, en cantidades muy reducidas. Por esta razón, no hemos priorizado este aspecto en nuestra estrategia ambiental. No obstante, si en el futuro identificamos oportunidades para reducir o gestionar mejor nuestro propio consumo, o el de nuestra cadena de suministro, lo incorporaremos como línea de acción.

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos

Empezamos por lo que está en nuestras manos. Un mundo mejor empieza por uno mismo, y en eso estamos. Pero sabemos que gran parte del impacto no lo generamos nosotros directamente, sino el resto de la cadena de suministro. Por eso, vamos a colaborar con nuestros proveedores para aumentar la información disponible sobre sostenibilidad y trabajar juntos para incrementar el porcentaje de productos responsables en sus colecciones. Además, vamos a apoyarnos en empresas externas como EcoVadis y Great Place to Work para medir nuestros avances, y buscaremos ONGs con las que colaborar en iniciativas de compensación climática y mejora social.

También creemos que avanzar como sector requiere organización, colaboración y profesionalización. Por eso, participamos activamente en asociaciones del sector del regalo promocional, como PSI (Alemania), FYVAR (España), PPP (Países Bajos) y Assoprom (Italia). Son espacios donde compartimos aprendizajes, promovemos buenas prácticas y trabajamos para que todo el sector avance hacia una mayor sostenibilidad.

Llevando los ODS a la acción

Para que nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se traduzca en acciones reales, en Gift Campaign hemos elegido la metodología de Ecovadis y hemos estructurado nuestra estrategia en torno a cuatro áreas clave:

1. Medioambiente
2. Compras sostenibles
3. Prácticas laborales y derechos humanos
4. Ética.

Cada una trabaja de forma concreta los ODS mencionados, integrándolos en su día a día y en los procesos de decisión.

Compras sostenibles

Sabemos que gran parte de nuestro impacto ambiental y social se genera a través de las decisiones de compra. Por ello, hemos desarrollado una política de compras sostenibles que guía nuestra relación con proveedores y define criterios claros para seleccionar productos alineados con nuestros valores.

Evaluamos aspectos como:

- El uso de materiales reciclados y la huella ambiental del producto.
- La sostenibilidad del embalaje y la eficiencia logística.
- El cumplimiento de condiciones laborales justas, salud y seguridad en el trabajo, e inclusión social.
- La existencia de certificaciones ambientales o sociales, así como planes de mejora continua.
- Consumo responsable: garantizando que los productos cumplen con estándares de seguridad y salud, y ofreciendo información clara para facilitar elecciones sostenibles.

Más allá del cumplimiento formal, valoramos especialmente la transparencia y el compromiso verificable. Para ello, aplicamos herramientas como cuestionarios ESG, revisión de documentación, firma de nuestro Código de Conducta para Proveedores y seguimiento regular mediante KPIs.

Desde esta área trabajamos el ODS 12, al fomentar un consumo responsable mediante una oferta más sostenible y transparente; y el ODS 17, al construir alianzas estratégicas basadas en el diálogo, la confianza y la mejora conjunta a lo largo de la cadena de suministro.

Prácticas laborales y derechos humanos

Creemos que el desarrollo de las personas es una condición indispensable para construir una empresa ética y sostenible. Nuestra Política de Personas se basa en los Derechos Humanos, los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los convenios de la OIT, y define el marco para garantizar condiciones de trabajo dignas, seguras e igualitarias.

Nuestra acción se enfoca en:

- Salud y seguridad laboral: con el objetivo de cero accidentes, impulsando acciones preventivas, formaciones y revisiones periódicas.
- Diversidad e igualdad: aplicando protocolos que aseguren un entorno libre de discriminación y promoviendo equipos diversos y equilibrados.
- Formación y desarrollo: a través de planes de carrera, evaluaciones de desempeño y oportunidades reales de promoción interna.

- Condiciones laborales y bienestar: fomentando la satisfacción y la conexión de las personas con la empresa, promoviendo una cultura positiva y una baja rotación.

Esta estrategia está liderada por el equipo de Recursos Humanos, con el respaldo activo de la dirección y de todos los equipos. Así, contribuimos al ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), al crear entornos seguros, motivadores y con oportunidades reales de desarrollo, y también al ODS 17, al construir relaciones internas basadas en el respeto, la escucha y la colaboración continua.

Ética

La ética es la base sobre la que construimos nuestras decisiones, relaciones y cultura empresarial. Nuestro Código Ético establece las normas de comportamiento que guían nuestra forma de actuar tanto dentro como fuera de la empresa.

Contamos con:

- Formaciones específicas para sensibilizar a todos los equipos.
- Protocolos internos para prevenir malas prácticas.
- Canales de denuncia confidenciales y accesibles.
- Evaluaciones de riesgos y revisiones periódicas.

La figura del Compliance Officer lidera la implementación del código y asegura que el entorno laboral sea justo, profesional y libre de discriminación, en coordinación con los equipos de igualdad, recursos humanos y dirección.

Gracias a esta estrategia, contribuimos al ODS 8, promoviendo una cultura laboral ética e inclusiva; al ODS 12, al impulsar decisiones de compra y consumo basadas en valores; y al ODS 17, al construir relaciones con proveedores y clientes fundamentadas en la integridad y la confianza.

Certificaciones e iniciativas

Creemos que si decimos que estamos comprometidos, hay que poder demostrarlo. Por eso participamos en varias certificaciones e iniciativas que nos ayudan a medir lo que hacemos, identificar lo que podemos mejorar y compararnos con estándares reales, no solo con buenas intenciones.

- **Ecovadis:** Somos una empresa Ecovadis Committed. Ya hemos completado nuestra primera evaluación y estamos trabajando sobre los resultados para mejorar. Nuestra meta es clara: avanzar año tras año y lograr una medalla en la próxima revisión.
- **ISO 9001:** Contamos con la certificación ISO 9001 de gestión de calidad. Esto garantiza que trabajamos con procesos bien definidos y en constante mejora, lo que también se traduce en eficiencia y responsabilidad operativa.
- **ISO 14001:** Nos hemos certificado en la norma ISO 14001 de gestión ambiental. Este estándar nos ayuda a estructurar y sistematizar todo lo que hacemos para reducir nuestro impacto y cumplir con los requisitos legales y operativos en materia ambiental.
- **Adhesión al Pacto Mundial de la ONU:** Nos hemos adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas para alinear nuestras operaciones con sus diez principios en derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción. Es un paso más para reforzar nuestro compromiso con una gestión ética y responsable.
- **Great Place to Work:** Por segundo año consecutivo, Gift Campaign ha sido certificada como Great Place to Work. Esta certificación no es un premio, es una confirmación de que el ambiente que queremos construir está funcionando, y también una herramienta para seguir mejorando.
- **Reciclaje y recolección externa:** colaboramos con una empresa gestora de residuos autorizada para la recolección y reciclaje de residuos específicos (como cápsulas de café y equipos electrónicos), garantizando su tratamiento responsable conforme a la normativa vigente.

Medioambiente

En el área de medioambiente, ya se han logrado importantes hitos como la obtención de la certificación ISO 14001, que reconoce la eficacia de nuestro sistema de gestión ambiental.

En 2024 hemos empezado a calcular por primera vez nuestra huella de carbono de alcance 1 y 2, estableciendo la base para poder definir nuestra hoja de ruta para alcanzar las cero emisiones (alcance 1-2) antes del 31/12/2026.

Además, iniciamos una recopilación más sistemática de datos sobre residuos generados en oficina. En esta área ya contamos con por ejemplo una política de eliminación de plásticos de un solo uso.

Para mejorar nuestro impacto medioambiental hemos definido los siguientes objetivos e indicadores relacionados con reducción de emisiones y gestión de residuos.

Reducir emisiones

Objetivo: Reducir nuestra huella de carbono de alcance 1+2 desde 4,37 t CO₂e (año base 2024) hasta 0 antes del 31/12/2026.

KPI	2023	2024
Toneladas de CO ₂ equivalente (t CO ₂ e) alcance 1-2 ¹	4,29	4,37
Consumo total de energía en kwh	35.615	37.042
Porcentaje de energía renovable	56%	57%

Objetivo: Mejorar el mapeo de nuestra huella de carbono de alcance 1-3 y, con esa base, definir una hoja de ruta realista antes del 31/12/2026 para reducir al máximo nuestro huella de carbono.

KPI	2023	2024
Toneladas de CO ₂ equivalente (t CO ₂ e) alcance 1-3	-	-

¹ El cálculo de GEI se ha realizado utilizando la herramienta oficial de Huella de Carbono del MITECO, basada en el GHG Protocol y en la norma ISO 14064-1, lo que asegura la trazabilidad del proceso y su alineación con estándares internacionales reconocidos.

Reducir residuos

Objetivo: Mantener el volumen de residuos generados en oficina por empleado en un nivel igual o inferior al registrado en 2024, medido en kg/FTE/año, hasta finales de 2026.

KPI	2023	2024
Total volumen de residuos generados en KG/FTE/Año	89	78
Total volumen de papel y cartón generados en KG/FTE/Año (reciclado)	2,8	2,2
Total volumen de plástico generados en KG/FTE/Año (reciclado)	4	3,6
Total volumen de cápsulas de café generados en KG/FTE/Año (reciclado)	2,5	2,2
Total volumen de residuos orgánicos generados en KG/FTE/Año (orgánica)	78	69
Total volumen de residuos de pilas generados en KG/FTE/Año (residuos peligrosos)	0,87	0,77
Total volumen de residuos de cartucho de tóner generados en KG/FTE/Año (residuos peligrosos)	0,24	0,21
Total volumen de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos generados en KG/FTE/Año (RAEE)	0	0,25

En el área de medioambiente, nos centramos en reducir directamente nuestro impacto. Lo hacemos mediante el uso eficiente de recursos, una movilidad más responsable y el impulso de certificaciones que refuerzan nuestro compromiso con la sostenibilidad. Algunos ejemplos de logros realizados:

- **ISO 14001:** Nos hemos certificado en la norma ISO 14001 de gestión ambiental. Este estándar nos ayuda a estructurar y sistematizar todo lo que hacemos para reducir nuestro impacto y cumplir con los requisitos legales y operativos en materia ambiental.
- **No plástico de un solo uso:** Hemos eliminado las botellas y vasos desechables de nuestras oficinas. En su lugar, incluimos botellas reutilizables en el welcome pack y usamos tazas de cerámica y vasos de cristal en las zonas comunes. Pequeños cambios que evitan residuos innecesarios.
- **Sin coches de empresa:** Como empresa digital, reducimos al mínimo los desplazamientos. No contamos con coches de empresa y solo viajamos cuando es necesario para asistir a ferias o visitar proveedores. Siempre que es posible, priorizamos el tren como medio de transporte con menor impacto ambiental.

- **Reciclaje y recolección externa:** colaboramos con una empresa gestora de residuos autorizada para la recolección y reciclaje de residuos específicos (como cápsulas de café y equipos electrónicos), garantizando su tratamiento responsable conforme a la normativa vigente.

Compras sostenibles

En el área de consumo responsable, nuestras acciones se han centrado en dos líneas clave: la evaluación de proveedores y la identificación de productos sostenibles en nuestra colección.

En cuanto a la evaluación de proveedores, hemos concentrado nuestros esfuerzos en aquellos proveedores que suministran el merchandising de nuestra colección. Para poder priorizar mejor, hemos clasificado a cada proveedor en dos grupos:

- **Tipo A:** proveedores que representan el 5 % o más de nuestras compras anuales
- **Tipo B:** proveedores que representa menos del 5 % de nuestras compras anuales

Hemos realizado un análisis del nivel de sostenibilidad de estos proveedores, y los resultados nos dan una base sólida sobre la que construir. Un 60 % de nuestros proveedores tipo A cuentan con una medalla Ecovadis de bronce o superior. Del total de nuestros proveedores (tipo A + B) este porcentaje es un 52,9 %.

Para seguir avanzando, en 2025 pondremos en marcha un sistema de evaluación basado en nuestros criterios ESG (ambientales y sociales), que nos permitirá medir de forma más detallada la evaluación de todos los proveedores, incluyendo los proveedores que no tienen una ficha de Ecovadis.

En paralelo, hemos trabajado para fomentar un consumo más responsable a través de una oferta de productos más sostenibles. Actualmente, un poco más del 20 % de los productos vendidos están fabricados con materiales reciclados y el 34 % con materiales renovables. También hemos clasificado más de 6.500 productos con alguna certificación medioambiental o social.

Sin embargo, somos conscientes de que necesitamos un sistema más preciso para evaluar con mayor exactitud el impacto ambiental de los productos que comercializamos. Durante 2025 desarrollaremos esta herramienta, que nos permitirá establecer criterios técnicos más sólidos y definir objetivos claros para seguir aumentando la proporción de productos responsables en nuestra colección.

Con todo esto como base, hemos definido los siguientes objetivos e indicadores que marcarán nuestra ambición y nos permitirán medir el progreso en este ámbito.

Evaluación de proveedores

Objetivos: Crear un sistema de evaluación de proveedores en base a criterios ESG (ambientales y sociales) mediante encuestas antes del 31/12/2025.

KPI	2023	2024
% de proveedores que tienen un medalla de Ecovadis bronce o superior	-	52,94%
% de compras de proveedores que cumplen con nuestros criterios ESG	-	-
% de proveedores con certificados medioambientales (ISO 14001)	-	35,29%
% de proveedores con certificados sociales	-	52,94%

Objetivo: Evaluar al 100 % de los proveedores tipo A según estos criterios antes del 31/12/2026 y evaluar al 100 % del total de proveedores antes del 31/12/2027.

KPI	2023	2024
% de proveedores tipo A evaluados	0%	0%
% de proveedores tipo B evaluados	0%	0%

Objetivo: Que más del 75 % de los proveedores hayan firmado nuestro código de conducta para proveedores antes del 31/12/2026

KPI	2023	2024
% de proveedores tipo A que han firmado nuestro código de conducta para proveedores	0%	0%
% de proveedores tipo B que han firmado nuestro código de conducta para proveedores	0%	0%

Consumo responsable

Objetivo: Desarrollar un sistema para evaluar el impacto ambiental de nuestros productos antes del 31/12/2025. Establecer objetivos concretos sobre el porcentaje de productos responsables/sostenibles en nuestra colección antes del 31/12/2026.

KPI	2023	2024
% de productos hecho con materiales reciclados*	-	20,67%
% de productos hecho con materiales renovables*	-	34,34%
Nº de productos con certificados*	-	6.517

*Los KPIs anteriores se han calculado con la colección actual de productos (Junio 2025).

Objetivo: Mantener anualmente un objetivo de cero incidencias relacionadas con la seguridad y la salud del consumidor en los productos comercializados por Gift Campaign.

KPI	2023	2024
Nº de productos retirados de la colección por incumplimiento de la legislación Europea.	0	1
Nº de campañas de retirada del mercado de productos por razones de seguridad y salud	0	0
Nº de incidencias de seguridad y salud reportado por los clientes	0	1

Prácticas laborales y derechos humanos

Seguimos impulsando una cultura organizativa centrada en las personas, basada en la igualdad, la inclusión y el desarrollo profesional. Renovamos por segundo año consecutivo la certificación Great Place to Work, con porcentaje de 89%. Un reconocimiento que valida nuestro esfuerzo por construir un entorno laboral positivo y motivador.

Mantenemos en vigor un Plan de Igualdad con seguimiento conjunto entre RRHH y Dirección, y seguimos fortaleciendo la evaluación del desempeño, la formación continua y los planes de carrera como herramientas clave para el crecimiento interno.

Para evaluar nuestros avances, medimos el cumplimiento de objetivos a través de indicadores clave centrados en satisfacción, estabilidad laboral, igualdad y desarrollo profesional.

Condiciones & satisfacción

Objetivo: Conseguir aumentar anualmente el % de ser un excelente lugar para trabajar (GPTW).

KPI	2023	2024
% de empleados que consideren Gift Campaign un excelente lugar para trabajar	78%	89%
% de empleados que han participado en la encuesta	95%	89%

Objetivo: Revisión anual de la política de RRHH con participación del equipo de personas y los posibles representantes de los trabajadores.

KPI	2023	2024
Revisión de la política de RRHH (anualmente)	No	Si

Objetivo: 95% de contratos indefinidos en plantilla antes de fin de 2025.

KPI	2023	2024
% de contratos indefinidos	98%	100%
% de Rotación	8%	22%

Objetivo: 100% de horas extras compensadas antes de fin de 2025.

KPI	2023	2024
% horas extra compensadas	100%	100%

Diversidad e igualdad

Objetivo: Formación específica para el 100 % del personal sobre igualdad y prevención del acoso antes de 2026.

KPI	2023	2024
% de personas formadas en igualdad y prevención del acoso	0	80%

Objetivo: Conseguir una brecha salarial de <5% por categoría profesional.

KPI	2023	2024
% de brecha salarial	1%	1%
% de mujeres en la plantilla	68%	69%
% de mujeres en un rol de liderazgo	75%	76%

Objetivo: Conseguir ratio 0.8 - 1.2 de equilibrio de género en 2025.

KPI	2023	2024
Ratio de equilibrio de género	2,13%	1,57%
% de personas empleadas según género	68,1% M - 31,9% H	61,2%M - 38,8%H

Objetivo: Mantener 0 casos de discriminación y/o acoso por año.

KPI	2023	2024
nº de casos de acoso	1	1

Formación y desarrollo

Objetivo: Incrementar en un 7 % anual el número de movimientos horizontales/verticales dentro de la organización para 2025.

KPI	2023	2024
Movilidad interna: nº de ascensos	3	6

Objetivo: Alcanzar un promedio mínimo de 20 horas de formación anual por persona para el año 2026.

KPI	2023	2024
Promedio de horas de formación por persona	0,89h/p	4,34h/p
% de empleados con plan de formación	100%	100%

Objetivo: 100% del personal recibe su revisión anual en 2026.

KPI	2023	2024
% del personal recibe la Revisión Anual	100%	100%
% del responsables de equipos capacitados sobre cómo implementar la Revisión Anual	50%	70%

Salud y seguridad

Objetivo: 100 % del personal formado en PRL antes de finalizar 2025.

KPI	2023	2024
% de personas formadas en PRL	100%	100%

Objetivo: 0% de accidentes laborales al año.

KPI	2023	2024
Nº de accidentes laborales	0	0

En Gift Campaign seguimos apostando por las personas. Somos una empresa de servicios y, por tanto, nuestro equipo humano es nuestro recurso más valioso. Hemos avanzado mucho en este ámbito, pero queremos destacar especialmente los siguientes logros:

- **Great Place to Work:** Por segundo año consecutivo, Gift Campaign ha sido certificada como Great Place to Work. Esta certificación no es un premio, es una confirmación de que el ambiente que queremos construir está funcionando, y también una herramienta para seguir mejorando.
- **Plan de Igualdad:** Contamos con un plan de igualdad registrado oficialmente, con seguimiento periódico entre RRHH y Dirección. Es una herramienta activa para garantizar un entorno laboral justo y libre de discriminación.

Ética

En el área de **ética**, consolidamos la implementación del Código Ético como marco de conducta para todo el equipo y reforzamos nuestros mecanismos de cumplimiento. Mantenemos una certificación externa en materia de protección de datos (RGPD) y nos hemos unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Estas acciones refuerzan nuestro compromiso con una cultura empresarial íntegra, transparente y respetuosa con los derechos humanos y la sostenibilidad.

En materia de ética y cumplimiento, monitorizamos el uso de canales internos, la formación del equipo y la prevención de incidentes a través de indicadores específicos que aseguran un entorno íntegro y transparente.

Ética general

Objetivo: Garantizar que el 100% de las denuncias recibidas sean analizadas en un plazo máximo de 30 días.

KPI	2023	2024
Nº total de denuncias recibidas por año a través del canal de denuncias	0	0

Objetivo: Que el 100% del personal firme el código ético de la empresa antes del 31/12/2025.

KPI	2023	2024
Nº de personas empleadas que firman declaraciones de cumplimiento/Código Ético	0	0

Prevención de corrupción y soborno

Objetivo: Que el 100% del personal Firman el código ético de la empresa antes del 31/12/2025

KPI	2023	2024
Nº total de incidentes de corrupción confirmados por año	0	0
% de empleados formados en materia de lucha contra la corrupción y el soborno	0	87%

Protección de datos

Objetivo: Mantener anualmente 0 brechas de seguridad.

KPI	2023	2024
Nº total de incidentes de brechas de seguridad por año	0	0
% de empleados formados en ciberseguridad	0	0

Objetivo: Renovar anualmente el certificado de RGPD mediante auditoría externa.

KPI	2023	2024
Certificado RGPD obtenido	Si	Si

En el área de Ética hemos puesto en marcha varias iniciativas alineadas con los objetivos definidos. Uno de los logros destacables ha sido renovar con éxito nuestro certificado RGPD tras superar la auditoría correspondiente. Además, hemos impulsado varias acciones que nos gustaría destacar:

- **Operación niño de la navidad:** En Navidad, y en línea con lo que hacemos cada día —entregar regalos que conectan a las personas—, colaboramos con Operación Niño de la Navidad, una iniciativa que lleva ilusión a niños en situación vulnerable en todo el mundo. Por cada persona del equipo de Gift Campaign, hemos donado una caja con artículos útiles y juguetes. Un pequeño gesto que refleja lo que creemos: los regalos también pueden tener un impacto más allá del negocio.
- **Iniciativa Sant Jordi:** Colaboramos con el Hospital Sant Joan de Déu en su campaña “Sant Jordi a la teva organització”. Una iniciativa solidaria que transforma el tradicional Día del Libro en una oportunidad para apoyar proyectos sociales y acercar la cultura a quienes más lo necesitan.