

An aerial photograph of a diverse group of people walking on a light-colored, textured surface, possibly a beach or a large outdoor area. The people are of various ages and ethnicities, some carrying backpacks, and are walking in different directions. Overlaid on this image is large, bold, green text that reads: "MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD ALIANZAS - JUSTICIA - PAZ SALUD - OPORTUNIDADES BIENESTAR - CLIMA - AGUA INNOVACIÓN - EDUCACIÓN ODS - ENERGÍA - LIBERTAD SEGURIDAD - ECOSISTEMA CRECIMIENTO - IGUALDAD OCÉANOS - DESARROLLO 2025".

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

ALIANZAS - JUSTICIA - PAZ
SALUD - OPORTUNIDADES
BIENESTAR - CLIMA - AGUA
INNOVACIÓN - EDUCACIÓN
ODS - ENERGÍA - LIBERTAD
SEGURIDAD - ECOSISTEMA
CRECIMIENTO - IGUALDAD
OCÉANOS - DESARROLLO

2025

	3 Carta de renovación del compromiso
	5 Perfil de compañía
	7 Grupos de Interés
	8 Clientes
	9 Empleados
	10 Proveedores
	11 Comunidad
	12 Acciones específicas
	13 Principios 1 y 2 Derechos Humanos
	17 Principios 3, 4, 5 y 6 Normas laborales
	18 Principios 7, 8 y 9 Medio ambiente
	19 Código ético de Creartelia
	22 Anexo
	24 Objetivos
	25 Proveedores
	27 Clientes
	28 Comunidad
	29 Áreas de negocio
	31 Balance de cuentas

An aerial photograph showing a group of about ten people walking across a vast, textured surface that resembles a large sheet of recycled paper. The surface is light beige with numerous small, dark brown fibers and specks scattered throughout. The people are dressed in casual summer clothing, and their shadows are cast onto the paper-like surface. The overall scene suggests a journey or a path taken on a sustainable material.

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



Madrid, 1 de junio de 2025

Un año más, desde Creartelia renovamos nuestro compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde nuestra adhesión en 2016, este compromiso forma parte de nuestra manera de entender la empresa: como un agente activo dentro de la sociedad, con responsabilidad sobre su impacto económico, social y ambiental.

La portada de esta memoria está dedicada a las personas. No es una decisión estética, sino una declaración de intenciones. En un contexto global marcado por la incertidumbre económica, la transformación tecnológica y una creciente complejidad social, creemos que es más necesario que nunca **situar a las personas en el centro.**

Como micropyme, vivimos estos cambios de forma directa. La volatilidad del entorno, la presión sobre los costes y la necesidad constante de adaptación condicionan nuestra actividad diaria. Sin embargo, también refuerzan una idea clave: **la sostenibilidad no es una opción estratégica, sino un criterio imprescindible para tomar decisiones coherentes y responsables.**

En este marco, durante 2025 hemos reforzado especialmente nuestra dimensión social. Nuestra actividad en este ámbito no es accesorio, sino estructural. A lo largo del año hemos colaborado con iniciativas culturales, educativas y solidarias, poniendo a disposición nuestro trabajo, nuestros recursos y nuestro conocimiento. Desde el apoyo a proyectos musicales y culturales, hasta la

colaboración con organizaciones sociales o la cesión de espacios para actividades creativas, hemos tratado de contribuir de forma activa a nuestro entorno más cercano.

Este compromiso se ha materializado también en un esfuerzo económico concreto: en 2025 hemos **destinado el 8,53% de nuestro beneficio a donaciones y acciones sociales.** Un porcentaje que, más allá de la cifra, refleja nuestra voluntad de mantener una implicación real y sostenida, incluso en un contexto exigente para una pequeña empresa.

Creatividad Sostenible: Creemos firmemente que la creatividad y la comunicación tienen un papel relevante en este proceso. No solo como herramientas de negocio, sino como vehículos capaces de generar valor social, cultura y pensamiento crítico. Desde nuestro trabajo, tratamos de acompañar a las empresas en una evolución hacia modelos más responsables, alineados con los principios éticos y los desafíos actuales.

Este informe recoge nuestras principales acciones y avances durante el año. Lo hacemos desde la transparencia, la coherencia y la voluntad de mejora continua, conscientes de que la sostenibilidad es un camino que se construye día a día.

Gracias, como siempre, a todos nuestros grupos de interés por su confianza y acompañamiento.

Seguimos avanzando, con las personas en el centro.



Juan Carlos Cuervo Calvo

Director y propietario de Creartelia Comunicación S.L.U.

02

PERFIL DE LA COMPAÑÍA

Perfil de la compañía

COMPROMETIDOS CON LA CREATIVIDAD SOSTENIBLE



Creartelia nació en el año 2008 con una vocación clara: **ofrecer soluciones de comunicación gráfica en un sector en constante y rápida evolución.**

Nos definimos como una agencia poco convencional ya que, gracias a una estructura y equipo propios, controlamos el 100% de nuestros proyectos. Trabajamos tanto en el entorno offline como online: campañas publicitarias, diseño gráfico, diseño web, contenidos digitales, eventos, audiovisuales, espacios efímeros... siempre con una mirada innovadora.

Aunque estamos en Madrid, colaboramos con grandes marcas a nivel nacional y europeo, como MOEVE, Caixabank, SGS o Medicus Mundi. Contamos con un equipo multidisciplinar de 10 personas y una red de colaboradores externos de confianza.

La entidad desempeña su actividad apoyándose principalmente en sus propios medios y recursos.

Esto determina en gran medida que los riesgos identificados con su actividad habitual sean mínimos e, incluso, inexistentes.

Como micropyme, nos mantenemos ágiles y comprometidos con la sostenibilidad, la diversidad y la calidad.

Creemos que tenemos un importante papel que jugar, promoviendo la preocupación por el comportamiento ético de las empresas y la consideración de su impacto social y ambiental, sincronizando la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y de la sociedad civil.

Además, formamos parte del **Pacto Mundial** y creemos que **nuestro compromiso con la calidad es inseparable de nuestro compromiso con la sostenibilidad.**

“Creativo es el que genera nuevas ideas, conceptos, imágenes..., para obtener resultados originales.

En Creartelia diseñamos y producimos soluciones atractivas, útiles y novedosas”

Creartelia ha seleccionado a sus grupos de interés según su influencia mutua en las actividades de la empresa, especialmente en los ámbitos económico, ambiental y social. A través de su informe de sostenibilidad, reafir-

ma su **compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)** como parte estratégica y esencial de su gestión.

Los objetivos principales en materia de sostenibilidad y diversidad permanecen inalterados en la empresa: nuestro compromiso se mantiene hacia los mismos grupos de interés que en informes anteriores, así como las estrategias generales establecidas para lograr dichos objetivos.



03

GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de interés

CLIENTES

Desde nuestro nacimiento, trabajamos en construir relaciones duraderas y estables con nuestros clientes. Nos implicamos en sus estrategias de RSC, buscando siempre alinear nuestro trabajo con sus valores.

Con compañías como MOEVE mantenemos un contrato marco que nos permite colaborar en distintas áreas. En otros casos, como con Carnavi Pinante, trabajamos con acuerdos anuales de confianza.

Para garantizar la satisfacción, aplicamos un sistema de evaluación constante de calidad, y fomentamos una comunicación clara, honesta y cercana. Creemos que es imprescindible que nuestra actividad se desarrolle dentro de un marco legal correcto y que cumplamos con nuestras obligaciones contractuales, jurídicas y reglamentarias.

OBJETIVOS CLAVE:

- **Promover relaciones éticas y sostenibles**, rechazando cualquier forma de corrupción o fraude.
- **Garantizar la máxima calidad** en servicios y productos, cumpliendo así las expectativas de nuestros clientes
- Reforzar la **transparencia** y la calidad e cada servicio.
- Mantenimiento de nuestra suscripción a la plataforma Repro de Achilles que nos obliga a mantener **actualizada toda la información fiscal, económica, etc.**

PRINCIPIOS Y ODS:

Principios 1 y 2 Derechos Humanos.

Principios 3, 4 5 y 6 Normas laborales.

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.



Grupos de interés

EMPLEADOS

Cuidamos del entorno laboral, apostamos por el **teletrabajo** y la flexibilidad para facilitar la conciliación, especialmente en momentos clave como la pandemia, donde fue una herramienta esencial.

Fomentamos la **igualdad de oportunidades**, sin discriminación de género, nacionalidad, orientación sexual o creencias religiosas. Nuestros procesos de selección se centran en la **excelencia profesional, y garantizamos condiciones justas para todo el equipo**.

Además, impulsamos la formación continua, la **salud laboral y el bienestar emocional**. También reducimos nuestra huella ecológica, implementando medidas como la factura digital, el reciclaje y el uso eficiente de recursos.



PRINCIPIOS Y ODS:

Principios 1 y 2 Derechos Humanos.

Principios 3, 4, 5 y 6 Normas laborales.

Principios 7, 8 y 9 Medioambiente.

ODS 4 Educación de calidad.

ODS 5 Igualdad de género.

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.

ODS 9 Industria, innovación e infraestructura.

OBJETIVOS CLAVE:

- Reducción continua de nuestro **impacto medioambiental**.
- Ofrecer **igualdad de oportunidades** en procesos de selección.
- Fomentar un **ambiente laboral saludable y equitativo**, apostando siempre por su excelencia profesional.
- Fomentar y apoyar la continua **formación** de los empleados.
- Mantener la implantación de la política de **prevención de riesgos laborales**.
- Concienciar a toda la plantilla sobre la importancia del **cumplimiento de las normativas de bienestar laboral**.
- Promover la **conciliación laboral y personal/familiar**.

Grupos de interés

PROVEEDORES

Trabajamos con **proveedores de proximidad**, lo que facilita una relación directa y un mayor control sobre el cumplimiento de principios éticos, sociales y medioambientales. Apostamos por proveedores que compartan nuestros valores.

Antes de establecer nuevas colaboraciones, evaluamos cuidadosamente criterios como la **sostenibilidad, la calidad, la transparencia y la responsabilidad social**. Se busca que dicho colaborador se rija, a nivel de RSE, por unos principios similares a los de Creartelia.

OBJETIVO CLAVE:

- Consolidar una red de **proveedores locales** con altos estándares éticos y sostenibles.

PRINCIPIOS Y ODS:

Principio 1 y 2 Derechos Humanos.

Principio 10 Anticorrupción.

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.

ODS 9 Industria, innovación e infraestructura.

ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas.



Grupos de interés

COMUNIDAD

Desde nuestros inicios hemos apostado por proyectos sociales y culturales que impacten positivamente en la comunidad. Colaboramos activamente con **ONG, instituciones docentes o asociaciones culturales** que permitan alcanzar ODS concretos: educación de calidad, ciudades y comunidades sostenibles, igualdad de género, salud y bienestar, agua y saneamiento, etc.

Destinamos buena parte de nuestros beneficios a estas causas, convencidos de que como empresa tenemos una responsabilidad que va más allá del negocio.

Esta dimensión solidaria está integrada en nuestra filosofía y en nuestra forma de trabajar, creando alianzas duraderas en torno a objetivos comunes.

OBJETIVO CLAVE:

- Continuar generando **impacto social positivo** a través de colaboraciones alineadas con nuestros valores.

PRINCIPIOS Y ODS:

Principios 1 y 2 Derechos Humanos

ODS 1 Fin de la pobreza.

ODS 3 Salud y Bienestar.

ODS 9 Innovación.

ODS 10 Reducción de las desigualdades.

ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles.

ODS 17 Alianzas Para Lograr los Objetivos.



04

ACCIONES ESPECÍFICAS

en sintonía con los principios del Pacto
Mundial de Desarrollo Sostenible en 2024



Acciones específicas:
Principios 1 y 2

DERECHOS HUMANOS



ODS 3, 5 y 12

Durante 2025, **Creartelia ha continuado cediendo su local para el desarrollo de actividades culturales**, funcionando como estudio de ensayo para los grupos QATarSix y Margo.



ODS 8, 10 y 17

En enero de 2025 se realizó una **adaptación de diseño de cartel para Círvite**, apoyando la comunicación de sus actividades sociales





ODS 1 y 3

En marzo, Creartelia realizó una donación del 20% del importe del diseño del folleto de Ruanda a MMnam, contribuyendo a proyectos solidarios.



ODS 17

En marzo, se desarrolló el diseño del cartel y programa para el XIV Encuentro de Música Sacra, apoyando la difusión cultural y musical.



ODS 17

En el mes de marzo, Creartelia realizó el diseño y arte final de la botella de agua para la Coral Cristóbal de Morales, contribuyendo a su identidad visual.



ODS 17

En marzo, se adaptó el cartel del concierto de QA-TARSIX en Valdemoro dentro del marco de CaixaBank Acción Social. ODS 11 y 17.



ODS 4 y 8

Creartelia participó en el programa 4º+Empresas, acogiendo alumnado durante una semana del mes de marzo, y acercando el entorno profesional del diseño.



ODS 3 y 8

El equipo de Creartelia participó en marzo en el curso de "9 reglas salvavidas", reforzando la cultura preventiva y la seguridad laboral.



ODS 10 y 17

En octubre, Creartelia colaboró con Círvite, adquiriendo su lotería de Navidad a través de la asociación.



ODS 17

En mayo, se diseñaron los materiales gráficos del Encuentro de música coral española en el Ateneo.

ODS 1, 10 y 17

En mayo, Creartelia destinó el 20% del importe sobre la Memoria reducida de MMnam con fines solidarios.



ODS 17

En mayo, se realizó la adaptación del cartel de Círvite vinculado al proyecto QATARSIX y CaixaBank Acción Social.



ODS 17

En noviembre, Creartelia adaptó el cartel del concierto solidario Ámbitos, para el concierto solidario de QATARSIX con CaixaBank Acción Social.



ODS 17

En noviembre, se diseñaron los materiales gráficos para el concierto de Navidad de la Coral Cristóbal de Morales.



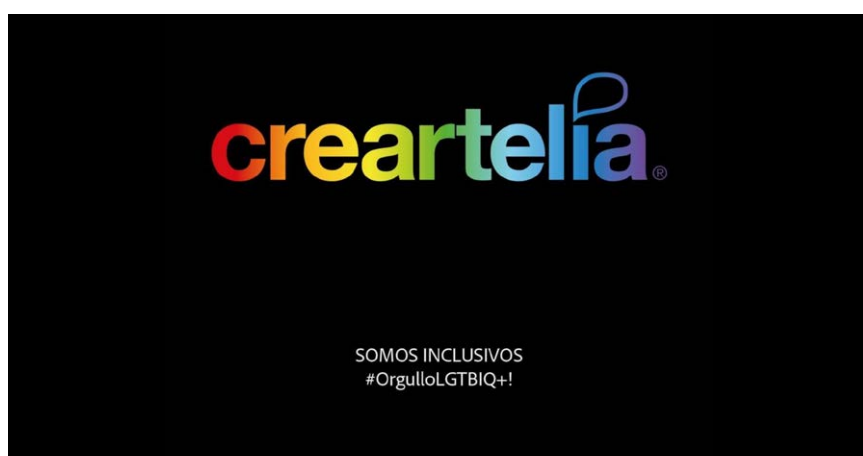
ODS 4 y 17

En octubre se realizó una donación a Salesianos, apoyando iniciativas educativas y sociales.



Acciones específicas:
Principios 3, 4, 5 y 6

NORMAS LABORALES



ODS 10 y 16

En Creartelia apostamos por el crecimiento profesional y una cultura basada en el respeto, defendiendo activamente los derechos del colectivo LGTBIQ+. Trabajamos para garantizar un entorno laboral inclusivo, seguro y sin discriminación



ODS 5 y 8

Contamos con un equipo compuesto mayoritariamente por mujeres, lo que nos impulsa a destacar la importancia de su labor y a consolidar nuestro compromiso con la equidad de género. En Creartelia, nos esforzamos diariamente por crear un espacio inclusivo, libre de cualquier tipo de discriminación, donde el talento femenino pueda desarrollarse y asumir roles de liderazgo en igualdad de condiciones.

Promovemos el equilibrio entre la vida personal y profesional, el crecimiento laboral y un ambiente basado en el respeto. Todo ello en línea con la normativa vigente y aplicando prácticas responsables que favorecen el bienestar de nuestro equipo,





Acciones específicas:
Principios 7, 8 y 9

MEDIO AMBIENTE



ODS 7, 11, 12, 13 y 15

Creartelia ha elegido un año más a la compañía Novaluz/ EDE como proveedora de energía por proceder íntegramente de fuentes 100% renovables.

05

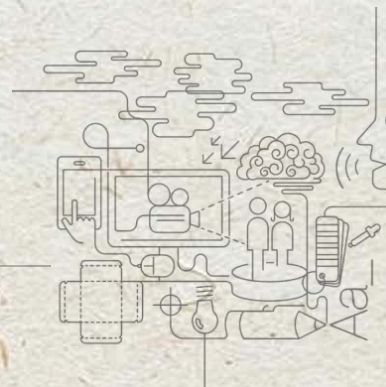
CÓDIGO ÉTICO DE CREARTELIA



Secoya, 14. 1ºG
28044 Madrid
91 434 51 70

B85558492

creartelia.es



CÓDIGO ÉTICO DE CREARTELIA VERSIÓN I

1. Objeto

En este documento, Creartelia deja constancia de su código ético, y se compromete a actuar conforme a lo que en él se establece. Nuestro compromiso con la Red Española Pacto Mundial de las Naciones Unidas es sólido desde 2016, y Creartelia debe dejar constancia de sus principios y valores en el desarrollo de todas sus actividades. La adscripción al Pacto es una de las señas de identidad de Creartelia; de esta manera, sus principios y pautas de conducta se ajustan al Principio 10 (Lucha contra la corrupción), al ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) y, de forma muy especial, a la Meta 16.5 (Reducir la corrupción y el soborno en todas sus formas). Por tanto, mediante este código no solo se busca prevenir delitos e irregularidades, sino estar en sintonía con el Pacto Mundial. Es decir, lo que Creartelia estipula en su código ético supera las meras exigencias normativas.

2. Ámbito de Aplicación

El código ético de Creartelia se aplica dentro de toda la organización, afectando directamente a todos los integrantes de la empresa. Además, este documento se comunica a clientes, proveedores y otros grupos de interés, a quienes Creartelia les exige su cumplimiento como condición básica para cualquier relación profesional. Toda persona física o jurídica que entable una relación con Creartelia deberá ajustarse a estos principios éticos.

3. Principios y pautas de conducta

-Transparencia, honestidad y respeto escrupuloso de la legalidad

Sin duda, el mayor compromiso ético de Creartelia, es con la regularidad. Creartelia tiene tolerancia cero hacia toda forma de fraude, soborno, competencia desleal o forma de corrupción; en definitiva, hacia cualquier tipo de delito o irregularidad que pueda detectarse dentro de la organización, en proveedores, clientes, administración pública o sociedad en general. Toda nuestra actividad económica y profesional se desarrolla en un marco de justicia y de estricto cumplimiento de la ley y de respeto a lo más básicos principios de honestidad y transparencia. Además, Creartelia se compromete a proporcionar información perfecta (veraz, actualizada y completa) sobre sus servicios, facturación e ingresos a todos sus grupos de interés.

-Compromiso con la calidad

En el campo de su actividad profesional, Creartelia se compromete a ofrecer la máxima calidad en todos los proyectos, y a actuar siempre al servicio de la satisfacción del cliente, ajustándose a sus necesidades y deseos. Creartelia pone toda su experiencia y profesionalidad al servicio de todo proyecto, pero la última palabra siempre la tiene el cliente.

-No discriminación en el ámbito profesional

En Creartelia, ninguna persona es ni será discriminada en el ámbito laboral y profesional por motivos de edad, salud, nacionalidad, raza, religión, ideología, género, orientación sexual, ni por cualquier otra condición social o personal. Somos una organización que apuesta por la igualdad, y en la que cualquier persona será tratada de la misma forma independientemente de cuestiones que puedan suscitar prejuicios injustificados. A la hora de entablar relaciones profesionales o laborales con Creartelia, se considerará la idoneidad de cada persona únicamente siguiendo criterios objetivos: preparación, formación, experiencia, honestidad, respeto a la ley... Además, Creartelia se adaptará a las necesidades específicas de cada persona para garantizar la equidad en el ámbito laboral.



-Respeto a los derechos humanos en todos los ámbitos

Creartelia se compromete a respetar los derechos humanos, rechazando tajantemente cualquier relación con empresas que recurran al trabajo infantil, a la explotación laboral, al acoso, al maltrato o a cualquier tipo de mala praxis dentro del ámbito de los derechos humanos, que sea ética y/o legalmente condenable.

-Información confidencial

Creartelia es una empresa seria, que se compromete a guardar confidencialidad respecto a sus proyectos, y a respetar la privacidad de los datos de empleados, clientes, proveedores y demás grupos de interés. La mayor garantía de ello es que Creartelia cuenta con un procedimiento específico certificado por PRODAT.

-Fomento de la solidaridad y la cooperación con el entorno

Siguiendo el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos), Creartelia quiere crear sinergias positivas mediante a cooperación y la colaboración con otras empresas, ONG, la administración pública, y el conjunto de la sociedad. Creartelia es una empresa comprometida con su entorno, y siempre que se pueda tratará de colaborar con otras entidades y buscará maximizar sus externalidades positivas.

4. Aceptación y cumplimiento

Creartelia se compromete con el cumplimiento del código ético, y a tomar medidas en caso de incumplimiento. Si se detecta algún incumplimiento a nivel interno, se aplicarán sanciones a los integrantes de Creartelia, y se trabajará por solucionar los problemas que se planteen, dentro de un marco de proporcionalidad y legalidad. Por otra parte, en caso de observarse un incumplimiento por parte de clientes, proveedores y demás grupos de interés, se anularán de forma inmediata las relaciones entre Creartelia y la entidad o particular responsable de dicho incumplimiento. En el caso de que el incumplimiento del código ético corresponda a una praxis delictiva (no solo irregular o no ética), Creartelia se compromete además a denunciarlo ante las autoridades competentes. Además, Creartelia atenderá a cualquier denuncia, reclamación o sugerencia a través del correo: creartelia@creartelia.es.

5. Vigencia

Esta es la primera versión del código ético de Creartelia, y está en vigor de forma indefinida desde mayo de 2021, si bien será revisado y actualizado cuando sea necesario. Por ejemplo, ante cambios de legislación, ante necesidades o problemas concretos que se planteen o ante nuevas recomendaciones del Pacto Mundial.

creartelia
Creartelia Comunicación S.LU.
B85558492
creartelia.es

Juan Carlos Cuervo.
CEO de Creartelia Comunicación S.LU.
Mayo de 2021

06

ANEXO:

**correlación con los 10 principios
del Pacto Mundial con los
Objetivos de Desarrollo Sostenible**



DERECHOS HUMANOS

NORMAS LABORALES

MEDIO AMBIENTE

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
- 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.

- 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

Anexo

OBJETIVOS

IMPULSAR LA SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima



IGUALDAD DE GÉNERO

Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1



DIVERSIDAD DE LA PLANTILLA EN LA ENTIDAD

Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos.

Indicador GRI: 102-8, 405, 401-1



AMBIENTE LABO- RAL

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico.



FORMACIÓN AL EM- PLEADO/A

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 09 | Industria, Innovación e infraestructura, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación

Indicador GRI: 404





SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Salud y seguridad

Indicador GRI: 403



CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL

Principio: Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

Indicador GRI: 401-3, 401-2



Anexo

PROVEEDORES

IMPULSAR LA SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima



IGUALDAD DE GÉNERO

Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1



DIVERSIDAD DE LA PLANTILLA EN LA ENTIDAD

Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos.

Indicador GRI: 102-8, 405, 401-1





AMBIENTE LABORAL

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico.



FORMACIÓN AL EMPLEADO/A

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 09 | Industria, Innovación e infraestructura, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación

Indicador GRI: 404



SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Salud y seguridad

Indicador GRI: 403



CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL

Principio: Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

Indicador GRI: 401-3, 401-2



Anexo

CLIENTES



RELACIÓN DURADERA CON LOS CLIENTES

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable



INFORMACIÓN TRANSPARENTE AL CLIENTES

Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: I V. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 417



RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable



FOMENTO DE LA CALIDAD EN LA ENTIDAD

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Consumidores

Indicador GRI: 416



BLANQUEO O LAVADO DE DINERO

Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 205



Anexo

COMUNIDAD

TRATAMIENTO
ÓPTIMO DE LAS
BASES DE DATOS
DE CLIENTES

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable

Indicador GRI: 418

SENSIBILIZACIÓN
A CLIENTES EN
SOSTENIBILIDAD

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 10 | Reducción de las desigualdades

CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA AL
DESARROLLO LOCAL

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 06 | Agua Limpia y Saneamiento

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

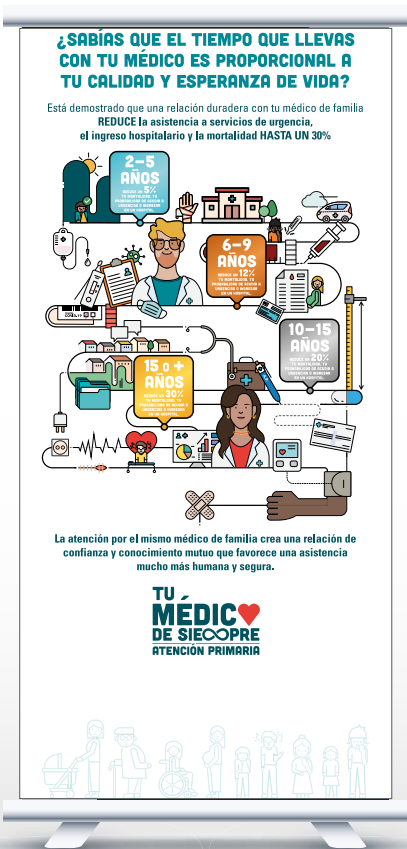
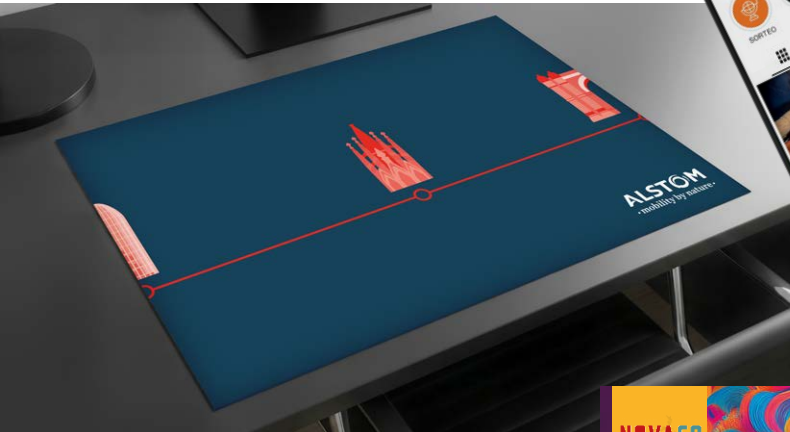
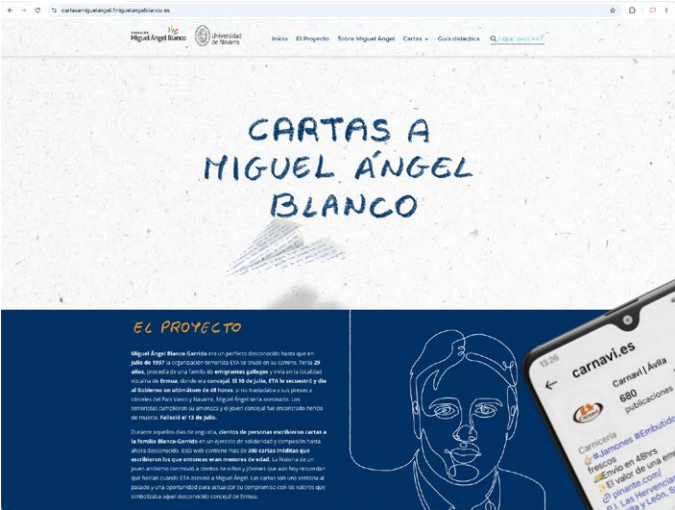
Indicador GRI: 413-1



07

- CAMPAÑAS
- DISEÑO EDITORIAL
- ESPACIOS EFÍMEROS
- IDENTIDAD CORPORATIVA
- PUNTO DE VENTA
- PACKAGING
- MARKETING ONLINE
- EVENTOS
- AUDIOVISUALES

ÁREAS DE NEGOCIO



La Estación Ambiental de Madrevieja, clave para estudiar las polillas y la polinización



08

BALANCE DE CUENTAS 2025

CREARTELIA COMUNICACION, S.L.U.
Listado de cuentas anuales (Balance de Situación)

Ejercicio: 2025, Periodo: Apertura-Diciembre (Euros)

Activo			Pasivo
A) ACTIVO NO CORRIENTE.	271.220,88	A) PATRIMONIO NETO	273.624,26
II. Inmovilizado material.	186.220,88	A-1) Fondos propios	273.624,26
V. Inversiones financieras a largo plazo.	85.000,00	I. Capital.	3.006,00
B) ACTIVO CORRIENTE.	73.297,87	1. Capital escriturado.	3.006,00
II. Deudores comerciales y otras cuenta	7.719,04	III. Reservas.	46.501,01
1. Clientes por ventas y Prestaciones de	5.936,65	2. Otras reservas	46.501,01
3. Otros deudores	1.782,39	V. Resultados de ejercicios anteriores.	186.690,91
VI. Efectivo y otros activos líquidos equi	65.578,83	VII. Resultado del ejercicio.	37.426,34
TOTAL ACTIVO (A+B)	344.518,75	B) PASIVO NO CORRIENTE	0,00
		C) PASIVO CORRIENTE	70.894,49
		II. Deudas a corto plazo.	2.230,80
		1. Deuda con entidades de crédito.	2.230,80
		IV. Acreedores comerciales y otras cue	68.663,69
		2. Otros acreedores	68.663,69
		TOTAL PATRIMONIO NETO Y PA	344.518,75

CREARTELIA COMUNICACION, S.L.U.
Listado de cuentas anuales (Pérdidas y Ganancias)

Ejercicio: 2025, Periodo: Enero-Diciembre (Euros)

	(Debe) Haber
1. Importe neto de la cifra de negocios.	504.063,12
4. Aprovisionamientos.	265.974,62-
6. Gastos de personal.	144.111,13-
7. Otros gastos de explotación.	39.260,82-
8. Amortización del inmovilizado.	4.345,48-
12. Otros resultados	1.466,29-
A) RESULTADO DE EXPLOTACION (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	48.904,78
14. Gastos financieros	1.897,08-
B) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17+18)	1.897,08-
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	47.007,70
19. Impuestos sobre beneficios	9.887,26-
D. RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 19)	37.120,44



Creartelia Comunicación, S.L.U.

Calle Secoya, 14. 1H

28044 Madrid

91 434 51 70

creartelia@creartelia.es

creartelia.es

APOYAMOS
EL PACTO GLOBAL



Desde 2016 Creartelia se ha comprometido con la iniciativa de responsabilidad corporativa Global compact de Naciones Unidas y sus principios en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción