

SEEDTAG

2024

Estado de Información No Financiera

Índice

Presentación del informe	Página
01 General _____	3
Modelo de Negocio	3
Presencia geográfica	4
Objetivos y estrategias de la organización	4
Gobierno Corporativo	5
Principales riesgos relacionados con la organización	7
02 Sociedad _____	10
Compromisos de la empresa con la sociedad y el desarrollo sostenible	10
Subcontratación y proveedores	11
Consumidores	11
Información fiscal	12
Esquema de cumplimiento	14
03 Personal _____	16
Empleo	16
Organización del trabajo	28
Salud y seguridad	29
Relaciones sociales	31
Formación	31
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	32
Igualdad	32
04 Medio Ambiente _____	33
Gestión ambiental	34
Economía circular y prevención y gestión de residuos	34
Uso sostenible de los recursos	35
Cambio climático	35
Lucha contra el cambio climático.	37
05 Anexo _____	39



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE SEEDTAG **ADVERTISING SL**

PRESENTACIÓN DEL INFORME

El presente estado de información no financiera se elabora por tercera vez en Seedtag Advertising S.L. (en adelante, "Seedtag") en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI).

En este contexto, a través del estado de información no financiera Seedtag Advertising S.L. se cumple con el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

Con carácter previo a la elaboración de este informe se ha actualizado el análisis de materialidad realizado en 2022 para tener en cuenta el posible impacto de las transformaciones y crecimiento de la compañía experimentados en los últimos años, que se refleja en los datos que se proporcionan a lo largo del informe. Esta actualización del análisis de materialidad se ha llevado a cabo a partir de fuentes de información tanto internas como de los grupos comparables y valorando la relevancia que tienen para Seedtag Advertising S.L. los asuntos de mayor significatividad, priorizando los asuntos de interés identificados de acuerdo a la relevancia de los mismos tanto para los Grupos de interés como para la estrategia de la compañía.



De esta forma, se ha determinado que algunos de los indicadores requeridos por la Ley 11/2018 no son de importancia relativa significativa para el Seedtag Advertising S.L. El citado análisis da como resultado la siguiente matriz de materialidad:

Aspectos muy relevantes	Aspectos relevantes	Aspectos no relevantes
Lucha contra corrupción y soborno Subcontratación y relación con proveedores Satisfacción del cliente, calidad del servicio y relación con los consumidores Características del empleo ofrecido	Salud y seguridad de los empleados Relaciones sociales y comunicación con los empleados Formación, capacitación, atracción del talento y desarrollo profesional Respeto y cumplimiento de los derechos humanos Información fiscal y desempeño económico Gestión de riesgos no financieros Organización del trabajo y medidas de conciliación Lucha contra el blanqueo de capitales Lucha contra el cambio climático Gestión medioambiental Igualdad y diversidad	Entorno empresarial Accesibilidad universal Contaminación atmosférica, acústica y lumínica Economía circular y prevención y gestión de los residuos generados Uso sostenible de los recursos Protección de la biodiversidad Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible y relaciones con las comunidades locales

Finalmente, tal como indica la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, el presente estado de información no financiera está sometido a verificación por parte de un prestador independiente de servicios de verificación. El informe independiente donde se incluyen los objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se incluye al final de este documento.



GENERAL

Modelo De Negocio

Seedtag es una empresa de tecnología publicitaria que fue fundada en 2014 por dos antiguos empleados de Google, con la misión de cambiar la forma en la que se hace la publicidad online. Hoy Seedtag tiene una gran presencia internacional con más de 600 empleados a nivel global.

El modelo de negocio de Seedtag se basa en la utilización de tecnología avanzada de análisis de datos y de inteligencia artificial para optimizar el rendimiento de la publicidad en la web abierta y maximizar el impacto publicitario. Seedtag trabaja en colaboración con agencias y marcas para ofrecer soluciones de publicidad en línea de alta calidad que mejoren la experiencia del usuario.

Seedtag se ha especializado en la tecnología contextual, permitiendo la inserción de anuncios publicitarios en imágenes y vídeos en línea sin interrumpir la experiencia del usuario y minimizando la utilización de datos personales. La oferta de formatos publicitarios en los últimos años para ofrecer soluciones contextuales ha crecido hasta tener más de 150 configuraciones, entre las que destaca la capacidad de insertar anuncios en Televisión Conectada (CTV).

Con todo ello, el objetivo principal de Seedtag es ofrecer a las marcas y anunciantes una solución publicitaria innovadora, efectiva y rentable, ofreciendo un posicionamiento de marca directamente relacionado con el contenido que se está consumiendo en línea por parte del usuario. Esta configuración mejora el alcance y *engagement* en línea, al mismo tiempo que mejora la experiencia del usuario al limitar el uso de datos personales y cookies de terceros, en un mundo donde la privacidad es cada vez más una prioridad tanto para anunciantes como para los consumidores.

Los anuncios servidos a través de las tecnologías de Seedtag combinan la precisión de la Inteligencia Artificial con la capacidad de mostrar los anuncios en el contexto más relevante y seguro para las marcas, lo que les permite conectar con los consumidores dentro de su universo de interés limitando el uso de datos personales (Cookies, IP's, etc.)

Seedtag ha experimentado un rápido crecimiento desde su fundación en 2014. Se ha convertido en el líder en publicidad contextual, expandiendo sus operaciones a un ámbito global, trabajando en multitud de sectores y geografías, y posicionándose como líder en Europa, Latinoamérica y Estados Unidos.

Adicionalmente Seedtag está comprometida con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, y ha adoptado políticas y prácticas que promueven la igualdad de género, la diversidad y la inclusión en su equipo y en sus operaciones.

Los factores que explican este rápido crecimiento y expansión son los siguientes:

- Desarrollo de tecnología Cookie-less propia basada en IA y Machine Learning que limita o excluye la recogida de datos de terceros, elevando los estándares de privacidad de los usuarios, así como el control y la seguridad de los entornos en los que se sirven las campañas (*Brand Safety*) manteniendo la calidad de navegación.
- Aceptación del mercado de una tecnología cada vez más basada en IA que permite incrementar la capacidad de creación de productos o diseños que encajan mejor con los deseos de tanto anunciantes como consumidores.
- Desarrollo de tecnología propia de análisis de datos y de inteligencia artificial (*LIZ*) que permite optimizar el rendimiento de la publicidad y maximizar el impacto publicitario permitiendo ofrecer una solución publicitaria innovadora y efectiva a nivel global.



- Crecimiento del mercado de Estados Unidos, donde empezamos a tener presencia a principios de 2022, y consolidación de la posición de Seedtag en ese mercado con la Adquisición de Beachfront Media LLC y apertura del mercado en Canadá, que se presentan como un área fundamental dada la volumetría de negocio.

Presencia geográfica

Seedtag es una empresa de tecnología publicitaria contextual que se fundó en España y se ha expandido rápidamente por Europa y América durante los primeros años de su actividad. Desde entonces, se ha consolidado en estos países como líder en publicidad contextual. En el ejercicio 2024, Seedtag ha mantenido sedes en 18 países, incluyendo España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Bélgica, India, Dubai, México, Brasil, Colombia, Chile, Argentina y Estados Unidos. Además, durante el ejercicio 2024 se incluyeron Perú, Canadá y Australia.

La expansión internacional ha seguido siendo durante 2024 una parte fundamental de la estrategia de Seedtag, que no sólo ha incluido la creación de nuevas filiales en Perú y Canadá, sino también ha experimentado una intensa actividad de M&A con la adquisición de sendas compañías en Estados Unidos y Canadá.

Objetivos y estrategias de la organización

El principal objetivo de Seedtag es convertirse en el socio principal para las agencias de publicidad y marcas, proporcionándoles soluciones publicitarias innovadoras y efectivas en que les permitan aumentar su impacto y mejorar el rendimiento de sus campañas.

Para alcanzar este objetivo, Seedtag tiene una serie de estrategias en marcha:

- Fortalecer la presencia en el mercado de Estados Unidos: Seedtag ha establecido una estrategia de marketing y ventas ambiciosa, trabajando en estrecha colaboración con agencias de publicidad y marcas en Estados Unidos para desarrollar soluciones personalizadas y aumentar su visibilidad en el mercado, incluyendo herramientas de televisión conectada.
- Seguir desarrollando tecnología pionera en inteligencia artificial: Seedtag ha invertido significativamente en el desarrollo de su tecnología de análisis de datos y de inteligencia artificial, lo que le ha permitido mejorar continuamente su solución publicitaria y ofrecer un mejor servicio a sus clientes. La empresa continuará invirtiendo en investigación y desarrollo para mejorar su tecnología y ofrecer soluciones publicitarias cada vez más efectivas y personalizadas.
- Desarrollarse en el ámbito de la publicidad de performance: Seedtag también tiene como objetivo desarrollarse en el ámbito de la publicidad de performance, que se centra en maximizar el retorno de la inversión de las campañas publicitarias en base a la conversión ya sea de venta o clientes. Para lograr este objetivo, la empresa está trabajando en nuevas herramientas de análisis y optimización de datos que permitirán a las agencias de publicidad y marcas maximizar el rendimiento de sus campañas publicitarias y aumentar su impacto.

La empresa se encuentra en constante evolución y busca nuevas oportunidades para mejorar su servicio y llevar su solución innovadora a diferentes mercados y geografías.



Gobierno Corporativo

En Seedtag, nos comprometemos a mantener los más altos estándares de gobierno corporativo y a actuar con integridad y transparencia en todas nuestras operaciones.

Nuestro Consejo de Administración y nuestra Dirección trabajan en estrecha colaboración para garantizar que nuestra estrategia, objetivos y decisiones estén en línea con nuestra misión y valores, cumplan con la normativa aplicable en todas las jurisdicciones, y sean social y ambientalmente responsables.

Para ello, seguimos un conjunto de estándares que garantizan la equidad y la transparencia en nuestras operaciones y la toma de decisiones, así como la gestión efectiva de nuestros riesgos y oportunidades, entre los que destaca la tarea de un órgano específico de Auditoría, Riesgos y cumplimiento dependiente del Órgano de Administración.

Además, tenemos un fuerte compromiso con la diversidad y la inclusión en todas las áreas de nuestra empresa, y fomentamos una cultura corporativa que promueve la colaboración, el respeto mutuo y la ética en el trabajo. Las evidencias de este compromiso no sólo se encuentran en el desarrollo de actividades concretas, sino que se encuentran plasmadas en nuestras políticas y procedimientos.

Nos aseguramos de que nuestras prácticas de gobierno corporativo sean coherentes con los estándares internacionales, así como con las leyes y regulaciones locales y nacionales, y estamos comprometidos a mantener una comunicación abierta y honesta con nuestros grupos de interés en todo momento.

La estructura organizativa de la empresa sigue el siguiente esquema:





Los CEOS y socios fundadores Albert Nieto y Jorge Poyatos forman parte de la Alta Dirección de la compañía, a quienes reportan directamente los directivos. El equipo directivo a fecha 31 de diciembre de 2024 estaba formado por los siguientes miembros:

NOMBRE	APELLIDO	POSICION
Brian	Danzis	President North America
Dalbir Singh	Gill	VP New Markets
Daniel	Freixo	SVP Of Latam
Eric	Lebeau	CFO
Fernando	Pascual Echalecu	VP Of Design
Gregorio	Martínez Luque	SVP Of Product
Indira Margaret	Kuriyan	Global VP Revenue Operations
Jana	Eisenstein	SVP Sales Europe
Jordi	Capdevila Espitia	VP of Marketing
Luisa Elvira	Izquierdo Pérez	Chief Human Resources Officer
Mehmet Kartal	Goksel	CTO - Chief Technology Officer
Nick	Timms	SVP Of Strategy
Rodrigo Maximiliano	Lisazo Ignacio da Silva	Vp of operations
Seraphina	Davey	Global SVP Supply

A continuación, mostramos un resumen de las políticas que tiene Seedtag desarrolladas y a qué ámbitos afectan:

Políticas de Seedtag	Gestión del Medioambiente	Gestión de Personas	Derechos Humanos	Lucha contra la corrupción	IS y Protección de datos
Código de Conducta			X	X	X
Código de Conducta para eventos	X		X	X	
Information Security Guidelines					X
Política Anticorrupción				X	
Política de Regalos y Hospitalidades				X	
Procedimiento de Regalos y Hospitalidades				X	
Política de Eventos y Patrocinios				X	
Política de Canal de Denuncias		X	X	X	



Principales riesgos relacionados con la organización

Las actividades del Grupo Seedtag están expuestas a diferentes tipos de riesgos financieros, destacando fundamentalmente el riesgo de crédito, de mercado y liquidez:

a) Riesgos Financieros

Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito se produce por la posible pérdida causada por el incumplimiento de las obligaciones contractuales de las contrapartes del Grupo, es decir, por la posibilidad de no recuperar los activos financieros por el importe contabilizado y en el plazo establecido.

El riesgo de impago, originado por el posible incumplimiento de las contrapartes, se gestiona activamente en Seedtag. Durante 2024 se ha hecho un esfuerzo de mitigación de este riesgo implementando nuevos procesos de recuperación de deuda y gestión de crédito. Se ha pasado de un análisis mensual de la antigüedad de los saldos a cobrar a un examen semanal, y el equipo dedicado de AR (Accounts Receivable) es el encargado de realizar las gestiones internamente para cobrar la deuda pendiente con base en ese seguimiento semanal.

El año 2024 ha marcado un hito en este sentido. Se implementaron nuevos procesos internos de recuperación de deuda, que incluyen: nuevo proceso de *collections* definido para todos los mercados, se automatizaron los recordatorios de pagos en el ERP contable (Netsuite), y se externalizó la gestión de deuda a largo plazo en agencias de recobro.

Como resultado, se ha logrado una tendencia positiva general y una reducción de deuda vencida general de 7,4 M€. Frente a este enfoque correctivo, de cara a 2025 el plan del departamento es introducir políticas adicionales de mitigación de riesgo desde la prevención, con nuevos procedimientos y herramientas para la valoración crediticia de clientes y aprobación de límites de crédito, así como una reducción del DSO (Days Sales Outstanding o Días de Ventas Pendientes de Cobro) en todos los mercados.

Riesgo de mercado

El riesgo de mercado se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de los instrumentos financieros debidas a cambios en los precios de mercado. El riesgo de mercado incluye el riesgo de tipo de interés y de tipo de cambio:

Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de los instrumentos financieros debidas a cambios en los tipos de interés de mercado. La exposición del Grupo al riesgo de cambios en los tipos de interés se debe principalmente a los préstamos y créditos recibidos a corto y largo plazo a tipos de interés variable.

**Riesgo de tipo de cambio**

El riesgo de tipo de cambio se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de los instrumentos financieros debidas a fluctuaciones en los tipos de cambio.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez se produce por la posibilidad de que el Grupo no pueda disponer de fondos líquidos, o acceder a ellos, en la cuantía suficiente y al coste adecuado, para hacer frente en todo momento a sus obligaciones de pago. El objetivo del Grupo es mantener las disponibilidades líquidas necesarias, a través del apoyo de sus socios.

b) Riesgos No financieros**Riesgos Geopolíticos**

La situación geopolítica global, marcada por una creciente volatilidad en las políticas comerciales y las tensiones internacionales, introduce un factor significativo de inestabilidad que impacta la confianza en la economía mundial. Esta realidad obliga a las empresas y a los sectores económicos, incluyendo la publicidad digital, a considerar la inestabilidad no como un evento aislado, sino como una condición operativa relevante. Por este motivo se ha valorado como un elemento material en la elaboración del presente informe en línea con la actualización de la matriz de materialidad.

Si bien el efecto directo de estos riesgos en el sector de la publicidad digital puede no ser inmediatamente evidente, sus ramificaciones en la inversión publicitaria de clientes y productores, especialmente aquellos con exposición a posibles aranceles, la disminución del apetito de inversión de las agencias y la afectación del nivel de consumo ciudadano son considerables, lo que se traduce en una disminución y/o aplazamiento de decisiones de inversión y gasto.

En un entorno de incertidumbre económica, los anunciantes podrían priorizar inversiones con un retorno a corto plazo más predecible y optar por canales que ofrezcan resultados inmediatos y fácilmente medibles. Esto podría significar una menor disposición a invertir en estrategias de construcción de marca a largo plazo al menos hasta que el panorama geopolítico y económico se estabilice.

No obstante, la necesidad de adaptación a un entorno global cambiante y fluido abre una ventana de oportunidad significativa para la publicidad digital de alta tecnología, especialmente de aquellas herramientas impulsadas por la inteligencia artificial (IA). La tecnología de Seedtag (LIZ), permite ayudar a los anunciantes a predecir tendencias, optimizar la asignación de presupuestos e identificar las estrategias de mayor rendimiento, lo que mejora la rentabilidad en condiciones económicas desafiantes.



Riesgos Regulatorios

La observación inicial de que los riesgos regulatorios en el sector de la publicidad digital en general se consideran bajos, incluso con la creciente relevancia de la inteligencia artificial (IA), especialmente para empresas como Seedtag con un volumen de negocio y uso de IA significativos, requiere una reevaluación crítica, lo que ha motivado la actualización de la matriz de materialidad en lo que se refiere a riesgos no financieros.

La simple constatación del vertiginoso ritmo de desarrollo de la IA ya presupone un potencial riesgo por sí mismo. La aparición de las recientes normas europeas en materia de Inteligencia Artificial en un entorno carente de cualquier regulación, y la apreciación de la actividad de Seedtag como de bajo riesgo, con base en dicha regulación, no debe llevarnos a subestimar las futuras cargas regulatorias dentro de la industria.

Desde una perspectiva internacional, los proyectos de Ley de IA de Brasil, Chile, México o Perú, junto con la fragmentación regulatoria en USA aconseja, junto con todo lo anterior, el establecimiento de un marco interno de gobernanza de la IA para supervisar el desarrollo y la implementación de sistemas de IA en la publicidad, incluidos los procesos de evaluación de riesgos, en el que se está trabajando.

Riesgos Tecnológicos: Privacidad y Seguridad de la información

La publicidad digital depende en gran medida de la tecnología, lo que la hace vulnerable a ataques cibernéticos, fraudes publicitarios y problemas de seguridad de datos como la generación de tráfico falso a través de bots, la manipulación de clics en granjas especializadas, la presentación de anuncios invisibles para inflar las impresiones y el secuestro de clics o anuncios para redirigir el tráfico de manera fraudulenta.

Seedtag está comprometida con la lucha contra el fraude y la ciberdelincuencia, por lo que participa en diferentes foros y programas como IAB Technology Laboratory, Inc. o Trustworthy Accountability Group.



SOCIEDAD

Compromisos de la empresa con la sociedad y el desarrollo sostenible

Seedtag se esfuerza en disminuir la huella de carbono en sus conductas y promueve a las personas de la compañía para que tomen decisiones positivas con el medio ambiente en sus actividades diarias. Prueba de ello es el despliegue en 2024 de la política de viajes de negocios que incluye los principios de *Public transport priority* y *Lowest carbon emission option* en la selección de medios de transporte, la prioridad para celebración de reuniones en modalidad telemática sobre las reuniones presenciales que son el último recurso, especialmente para necesidades internas.

Adicionalmente, en 2024 se ha publicado un código de eventos de trabajo aplicable a todos los eventos relacionados con la actividad de negocio de Seedtag en todas las jurisdicciones, que incluye la obligatoriedad de cumplir con los más altos estándares de respeto medioambiental en la organización y el desarrollo de este tipo de actividades.

Desde la perspectiva social, Seedtag se encuentra presente en 18 países y para el desarrollo de su actividad necesita tener presencia local en cada uno de los países en los que trabaja. De este modo, Seedtag genera impacto positivo en la empleabilidad de los países donde desarrolla su actividad. Pese a que los servicios de Seedtag son eminentemente electrónicos, la Compañía muestra un compromiso con el servicio a sus clientes del que se benefician las sociedades en las que abre sociedades mercantiles. Este beneficio para las sociedades en las que abre sociedades mercantiles se manifiesta de forma muy evidente en materia de empleabilidad y fiscal, llevando a cabo sus declaraciones tributarias en cada uno de estos países, por lo que genera un impacto positivo en el desarrollo de su economía.

Adicionalmente a ese impacto positivo, cabe destacar el limitado impacto negativo en el medio ambiente ni en los derechos de las comunidades y regiones locales donde desarrolla su actividad. Nuestros servicios están basados en herramientas TIC e Inteligencia Artificial, por lo que las posibles consecuencias negativas en el entorno y los derechos de las comunidades locales no se consideran materiales

No obstante, Seedtag mantiene un diálogo constante con las comunidades en las que desarrolla su actividad, tanto a través de sus filiales como a través de los canales oficiales de comunicación que aparecen en nuestra página web <https://www.seedtag.com/es/> entre los que se encuentra el acceso a nuestro Canal de Denuncias conforme a la directiva 2019/1937 y la regulación Española al respecto.

Por último, para favorecer un impacto positivo más específico y profundo, Seedtag realiza acciones pro-bono con distintas asociaciones cuyos valores y principio se alinean con la visión y misión de la compañía. Durante 2024 se han realizado 4 campañas pro bono con las siguientes entidades sin ánimo de lucro:

- Fundación Gasol
- Fundación Contigo
- Fundación McDonald's
- Asociación de Medios



Subcontratación y proveedores

Seedtag entiende que la sostenibilidad es un compromiso colectivo y está comprometida a liderar el cambio hacia un futuro más sostenible en la industria de la publicidad, incluyendo la reducción de gases de efecto invernadero, y su compensación cuando se pueden reducir. Desde esta perspectiva. La empresa ha realizado el análisis de materialidad durante los meses de octubre a diciembre de 2024, incluyendo a parte de su cadena de valor, y se encuentra en proceso de incorporar herramientas de monitorización y reporte en materia de sostenibilidad para mejorar su desempeño ambiental y social, incluyendo la información de la huella de carbono de las campañas.

Adicionalmente, Seedtag tiene previsto implementar requisitos específicos en su política de compras y homologación de proveedores que prioricen la selección de opciones comprometidas con el compromiso Net Zero 2030, o equivalentes.

Consumidores

Seedtag tiene un fuerte compromiso con el desarrollo sostenible y la publicidad responsable. La empresa se esfuerza por garantizar la seguridad de la marca de sus clientes y prevenir la aparición de contenido negativo en sus campañas publicitarias. Gracias a las herramientas de inteligencia artificial desarrolladas por Seedtag, y que suponen el valor añadido más relevante de la compañía, Seedtag analizar y detectar contenido potencialmente peligroso. De esta manera, Seedtag no solo se promueve la publicidad responsable, sino que también contribuye a garantizar un entorno digital seguro para todos los usuarios.

Durante el ejercicio 2024, no se han registrado denuncias ni quejas por casos de incumplimiento de las normativas relativas a los impactos en la salud y seguridad de los servicios. Esto demuestra el compromiso y la dedicación de la empresa en garantizar la seguridad y protección de sus clientes y usuarios. La empresa tiene canales habilitados tanto físicos como telemáticos para realizar cualquier tipo de denuncias, incluyendo un canal anónimo que se pueden encontrar en su página web:

<https://www.seedtag.com/es/contacta/>

<https://www.seedtag.com/es/politica-legal/>

<https://www.seedtag.com/es/einf-2023-2/>

Adicionalmente, Seedtag forma parte de diversas asociaciones que promueven y garantizan una gestión segura de los contenidos y emplazamientos publicitarios como el [Trustworthy Accountability Group](#), que auditan la actividad de sus miembros en materia de seguridad de contenidos y actividad antifraude.



Información fiscal

En el ejercicio 2024 la empresa ha tenido los siguientes beneficios después de impuestos por país:

País	Beneficios obtenidos 2023	Beneficios obtenidos 2024
España	(5.203.819 €)	5.184.071 €
Italia	124.472 €	1.867.378 €
Francia	738.771 €	(5.701.821 €)
Holanda	418.931 €	360.055 €
Inglaterra	(1.607.825 €)	(194.179 €)
Dubai	362.647 €	566.437 €
Bélgica	(70.065 €)	145.764 €
Alemania	(139.829 €)	1.855.452 €
Estados Unidos	(7.486.565 €)	(8.140.169 €)
México	1.076.137 €	(1.902.696 €)
Brasil	564.944 €	(92.635 €)
Colombia	249.668 €	101.187 €
Argentina	(1.139.912 €)	221.606 €
Chile	(223.201 €)	(303.238 €)
Perú	-	(56.226 €)
India	(151.495 €)	(105.674 €)
Canadá	-	(409.931 €)
Australia	-	(241.561 €)
Total	(12.487.141 €)	(6.846.181 €)



Adicionalmente, la empresa ha registrado el siguiente gasto por impuesto de sociedades:

País	Gasto por Impuesto sobre beneficios 2023	Gasto por Impuesto sobre beneficios 2024
España	1.688.644 €	(1.743.207 €)
Italia	(129.061 €)	(843.965 €)
Francia	126.766 €	2.757.961 €
Holanda	-	-
Inglaterra	286.063 €	-
Dubai	-	(46.626 €)
Bélgica	-	(31.172 €)
Alemania	(217.321 €)	(1.168.752 €)
Estados Unidos	2.431.071 €	(438 €)
México	68.192 €	(1.686.649 €)
Brasil	(411.088 €)	(806.253 €)
Colombia	169.479 €	(179.296 €)
Argentina	260.115 €	-
Chile	17.647 €	4.591 €
Perú	-	13.023 €
India	-	-
Canadá	-	-
Australia	-	(50.487 €)
Total	4.290.507 €	(3.781.270 €)

No se han recibido nuevas subvenciones durante el ejercicio 2024. Tampoco se recibieron subvenciones en el ejercicio 2023.



Esquema de cumplimiento. Lucha contra la corrupción y el soborno y respeto de los Derechos Humanos

Seedtag mantiene un firme compromiso con la honestidad, la equidad y la integridad empresarial, valores fundamentales para el éxito del negocio. Este compromiso se extiende al cumplimiento de todas las leyes y regulaciones nacionales e internacionales aplicables en las jurisdicciones donde opera. Seedtag espera que sus empleados, representantes, proveedores y socios comerciales actúen en consonancia con nuestros valores y cumplan con los más altos estándares de conducta ética.

Para ello, Seedtag ha implementado diversas políticas y procedimientos destinados a prevenir, identificar y mitigar los riesgos relacionados con violaciones de derechos humanos, corrupción y soborno en todas las áreas de la empresa y su cadena de suministro. Esto incluye la adopción de un Código de Conducta, que será actualizado durante 2025, y que refleja los valores y los estándares de conducta empresarial esperados de todos los Seedtaggers y terceros relacionados. El Código de Conducta, disponible para todos a través de un repositorio único junto con el resto de políticas y procedimientos vigentes, subraya el compromiso de cumplir con las leyes, respetar los derechos humanos y crear un lugar de trabajo diverso e inclusivo con "Cero Tolerancia" para cualquier forma de acoso y discriminación.

Además, Seedtag ha establecido políticas específicamente diseñadas para la lucha contra la corrupción (Seedtag Anticorruption Policy) y el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo (Seedtag Anti Money Laundering Policy). Seedtag dispone de medidas internas para luchar contra el blanqueo de capitales. Los controles principales para evitar esta práctica ilegal y garantizar el cumplimiento de la política de Compliance incluyen el diseño de un proceso KYC previo a la formalización de cualquier relación comercial con terceros, así como la inclusión de cláusulas contractuales que obligan al cumplimiento de estas políticas. Además, la empresa trabaja con entidades financieras de primer nivel para asegurar el control y la transparencia en todas sus operaciones financieras.

Por otro lado, y reforzando tanto la política anticorrupción como la PBCFT, Seedtag dispone de una Política de Regalos y Hospitalidades (Seedtag Gifts and Hospitality Policy), que define principios y comportamientos prohibidos, incluyendo el soborno y los pagos de facilitación. Estas políticas son vinculantes para todos los empleados y pueden extenderse a terceros relacionados.

Durante 2024 se ha reforzado esta política con un procedimiento específico de Regalos y Hospitalidades (2024 Seedtag Gifts and Hospitality Procedure) que incluye un mecanismo obligatorio de reporte y aprobación de regalos y atenciones con límites específicos para cada uno de los países en los que tenemos presencia.

Adicionalmente, durante 2024 también se ha reforzado el canal de denuncias, que permite reportar cualquier conducta sospechosa o posible incumplimiento de las políticas internas o regulaciones externas. La política y el procedimiento relativos a este canal garantizan la protección contra represalias para aquellos que informan de buena fe en cumplimiento de la directiva EU 1937/2019 y la Ley 2/2023 de Protección del informante, y establecen procedimientos claros para la recepción y el manejo de los informes a través de la Política del Whistleblowing Channel y su procedimiento. En consonancia con el compromiso inquebrantable de Seedtag en la lucha contra la corrupción y el soborno, ambas serán actualizadas durante 2025 para incorporar, entre otras cosas, mayores garantías para los denunciantes en caso de incumplimientos por parte de la dirección de la compañía.



Por lo que respecta a los **Derechos humanos**, y en especial aquellos que les corresponden a los Trabajadores, Seedtag aplica en aquellas jurisdicciones en las que existen, los convenios colectivos de trabajo correspondientes. En este sentido, el vigente Código de Conducta de Seedtag establece una referencia específica a la obligación de todos los trabajadores en el respeto a los Derechos Humanos.

Desde la perspectiva del acoso y abuso de poder, Seedtag también dispone de previsiones específicas relativas al acoso laboral, y para prevenir y abordar incidentes de acoso moral, sexual o basado en género. En este sentido destaca la creación en 2024 de la figura del *Safe Events Officer*, un punto de contacto presente en los eventos presenciales, encargado de informar a los asistentes, atender a posibles víctimas, y colaborar con las autoridades en caso de acoso sexual o basado en género.

Por lo que se refiere a la lucha contra el de trabajo forzoso y la la abolición efectiva del trabajo infantil, Seedtag mantiene las siguientes medidas:

- **Política de No Tolerancia:** Tenemos una política clara de no tolerancia hacia el trabajo forzoso u obligatorio en ninguna de sus formas, incluyendo la trata de personas, la esclavitud moderna, la servidumbre por deudas o cualquier otra forma de explotación laboral.
- **Cumplimiento Legal:** Cumplimos con todas las leyes y regulaciones locales, nacionales e internacionales aplicables relacionadas con los derechos laborales y los derechos humanos, incluyendo los convenios de la OIT sobre trabajo forzoso.
- **Mecanismos de Denuncia:** Tenemos mecanismos de denuncia confidenciales y accesibles para que nuestros empleados y otras partes interesadas puedan reportar cualquier sospecha de trabajo forzoso u obligatorio, y tomamos medidas adecuadas y rápidas en respuesta a tales reportes.

Durante 2024 Seedtag ha continuado su esfuerzo para fortalecer sus mecanismos de cumplimiento y promover una cultura empresarial basada en la ética y la responsabilidad. Con esa intención se ha creado un puesto específico, incorporando un responsable de cumplimiento, encargado de desarrollar el Programa de Cumplimiento existente. En el marco de actividad de este responsable se ha arrancado un programa de Cumplimiento, basado en el art 31 bis del Código Penal Español, cuya primera actividad ha sido el inicio de una auditoría externa realizada por VT Compliance, actualmente en proceso, y que culminará con la implantación de un modelo de cumplimiento penal.

Este compromiso se ha traducido también en una amplia oferta de formación durante 2024 que incluye la creación de un plan de formación basado en el envío de píldoras informativas, y una formación obligatoria en la materia para todos los empleados, que incluyen contenido sobre el código de conducta, el código de evento sociales, la política anti acoso, la política de regalos y eventos y patrocinios, información relacionada con los conflictos de intereses, anticorrupción y lucha contra el blanqueo de capitales, e información sobre el funcionamiento del canal de denuncias.



PERSONAL

1- Empleo

1.1 – Número total y distribución de empleados

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la distribución de empleados de Seedtag por sexo en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Empleados por sexo		
	2023	2024
Mujer	241	294
Hombre	272	359
Total	513	653

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la distribución de empleados de Seedtag por edad en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Empleados por edad		
	2023	2024
<30	189	223
30-40	255	322
>40	69	108
Total	513	653

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la distribución de empleados de Seedtag por categoría profesional en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Empleados por categoría profesional		
	2023	2024
Alta dirección	2	2
Directivos	15	14
Ingenieros y técnicos	282	385
Administrativos	52	58
Personal de venta	162	194
Total	513	653



En la siguiente tabla se muestra la evolución de la distribución de empleados de Seedtag por país en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Empleados por país 2023		Empleados por país 2024	
UAE	5	10	
Argentina	4	5	
Brasil	51	61	
Colombia	12	14	
Chile	1	3	
Alemania	19	31	
España	242	268	
Francia	32	34	
Reino Unido	30	29	
India	5	9	
Italia	17	18	
México	35	39	
Países Bajos	10	11	
Estados Unidos	47	97	
Bélgica	1	1	
Bulgaria	1	-	
Perú	1	1	
Canadá	-	7	
Australia	-	15	
Total	513	653	

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la distribución de empleados de Seedtag por tipo de contrato en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Empleados por tipo de contrato		
	2023	2024
Freelance	6	8
Indefinidos	486	625
Temporales	8	13
Becas	13	7
Total	513	653

En los ejercicios 2024 y 2023 no hemos tenido trabajadores a tiempo parcial.



En la siguiente tabla se muestra la distribución de empleados de Seedtag por tipo de contrato, sexo y país 2024, a fecha 31 de diciembre:

País	Tipo de contrato	Género	Empleados por tipo de contrato por sexo y país
Argentina	Indefinido	Mujer	4
		Hombre	1
Australia	Indefinido	Mujer	7
		Hombre	8
Bélgica	Indefinido	Mujer	1
Brasil	Becas	Mujer	1
		Hombre	1
	Indefinido	Mujer	29
		Hombre	29
Temporales	Hombre	1	
Canadá	Indefinido	Mujer	2
		Hombre	5
Chile	Indefinido	Mujer	2
		Hombre	1
Colombia	Indefinido	Mujer	7
		Hombre	7
Francia	Freelance	Hombre	1
	Indefinido	Mujer	12
Hombre		21	
Alemania	Indefinido	Mujer	17
		Hombre	14
India	Indefinido	Mujer	4
		Hombre	5
Italia	Becas	Hombre	1
	Indefinido	Mujer	6
		Hombre	11
México	Indefinido	Mujer	27
		Hombre	12
Holanda	Indefinido	Mujer	2
		Hombre	7
	Temporales	Mujer	1
		Hombre	1
Perú	Indefinido	Female	1
España	Freelance	Hombre	3
	Becas	Mujer	3
		Hombre	1
	Indefinido	Mujer	113
		Hombre	148
UAE	Temporales	Mujer	2
		Hombre	8
Reino Unido	Indefinido	Mujer	12
		Hombre	17
Estados Unidos	Freelance	Hombre	4
	Indefinido	Mujer	41
		Hombre	52
Total			653



1.2 – Promedio de remuneraciones

En la siguiente tabla se muestra el promedio de remuneraciones de Seedtag por sexo en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Remuneraciones por sexo		2023	2024
	Mujer	58.063	72.234
	Hombre	83.013	114.930

En la siguiente tabla se muestra el promedio de remuneraciones y la brecha salarial de Seedtag por sexo y localización en 2024, a fecha 31 de diciembre:

País	Género	Promedio de	Brecha salarial
Argentina	Mujer	33.250	16%
	Hombre	39.564	
Australia	Mujer	73.871	29%
	Hombre	103.860	
Bélgica	Mujer	82.089	-
Brasil	Mujer	34.298	31%
	Hombre	49.568	
Canadá	Mujer	127.534	-21%
	Hombre	105.542	
Chile	Mujer	47.059	5%
	Hombre	49.786	
Colombia	Mujer	52.043	-148%
	Hombre	20.964	
Francia	Mujer	79.438	8%
	Hombre	85.922	
Alemania	Mujer	88.967	24%
	Hombre	116.603	
India	Mujer	125.056	-223%
	Hombre	38.752	
Italia	Mujer	42.559	57%
	Hombre	97.874	
México	Mujer	53.322	17%
	Hombre	64.143	
Holanda	Mujer	60.415	50%
	Hombre	121.392	
Perú	Mujer	45.839	-
España	Mujer	36.927	56%
	Hombre	84.705	
UAE	Mujer	143.566	4%
	Hombre	150.279	
Reino Unido	Mujer	138.555	-5%
	Hombre	132.271	
Estados Unidos	Mujer	200.634	30%
	Hombre	287.381	

La brecha salarial a nivel global al cierre del ejercicio 2024 es de un 37% (30% al cierre del ejercicio 2023).

La fórmula utilizada para el cálculo de la brecha salarial es la siguiente: (Remuneración anual media hombres - Remuneración anual media mujeres) / Remuneración media hombres.



En la siguiente tabla se muestra el promedio de remuneraciones y la brecha salarial de Seedtag por sexo y categoría en 2024, a fecha 31 de diciembre:

Categoría profesional	Género	Promedio de remuneraciones por sexo y por categoría profesional	Brecha Salarial
Administrativos	Mujer	40.101	21%
	Hombre	50.514	
Directivos	Mujer	290.999	66%
	Hombre	859.405	
Ingenieros y técnicos	Mujer	49.470	24%
	Hombre	65.012	
Personal de venta	Mujer	122.820	23%
	Hombre	159.733	

En la siguiente tabla se muestra el promedio de remuneraciones de Seedtag por categoría profesional en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre desde la perspectiva laboral:

Remuneraciones por categoría profesional		
	2023	2024
Directivos	246.139	759.098
Ingenieros y técnicos	44.773	56.797
Administrativos	33.078	43.943
Personal de venta	114.252	138.652

Por su parte, la alta dirección está compuesta por un total de 10 integrantes en 2024 (9 en 2023), distribuidos en 9 hombres y 1 mujer (9 hombres y ninguna mujer en 2023).

Los 10 integrantes se distribuyen en 6 miembros, 2 observadores, Presidencia y vicepresidencia. Adicionalmente, dos de los miembros del consejo de administración ocupan el cargo de directores ejecutivos (ambos hombres) a efectos de lo cual se consideran miembros de alta dirección. No existen otros contratos de alta dirección en Seedtag.

La retribución media de los hombres que forman parte de la alta dirección (Consejo de administración y directores ejecutivos) asciende a 761.230 € en 2024 (1.555.275 € en 2023), mientras en el caso de la mujer, dicha información no se desagrega por razones de confidencialidad. La brecha salarial se sitúa en un 91,46% para el ejercicio 2024, no pudiendo ser calculada para 2023 debido a la ausencia de mujeres entre los miembros de la alta dirección.

La fórmula utilizada para el cálculo de la brecha salarial es la siguiente: $(\text{Remuneración anual media hombres} - \text{Remuneración anual media mujeres}) / \text{Remuneración media hombres}$.



En la siguiente tabla se muestra el promedio de remuneraciones de Seedtag por edad en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Remuneraciones por edad		
	2023	2024
<30	32.827	41.608
30-40	83.804	138.652
>40	133.859	187.483

Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por sexo y el salario mínimo local

Al 31 de diciembre de 2024, la sociedad presenta en la siguiente tabla el ratio entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local, desagregado por ubicación y género:

País	Género	Moneda	Salario de categoría inicial estándar	Salario mínimo local por mes	Ratio
Argentina	Mujer	ARS	528.404	279.718	1,89
Argentina	Hombre	ARS	2.335.762	279.718	8,35
Australia	Mujer	AUD	4.507	3.965	1,14
Australia	Hombre	AUD	6.002	3.965	1,51
Bélgica	Mujer	EUR	6.834	2.579	2,65
Bélgica	Hombre	EUR	-	2.579	-
Brasil	Mujer	BRL	2.632	1.641	1,6
Brasil	Hombre	BRL	2.725	1.641	1,66
Canadá	Mujer	CAD	5.032	2.996	1,68
Canadá	Hombre	CAD	7.708	2.996	2,57
Chile	Mujer	CLP	1.416.333	500.000	2,83
Chile	Hombre	CLP	3.062.724	500.000	6,13
Colombia	Mujer	COP	3.036.772	1.300.000	2,34
Colombia	Hombre	COP	1.550.769	1.300.000	1,19
Francia	Mujer	EUR	2.822	2.135	1,32
Francia	Hombre	EUR	2.667	2.135	1,25
Alemania	Mujer	EUR	2.813	2.151	1,31
Alemania	Hombre	EUR	4.500	2.151	2,09
India	Mujer	INR	545.136	18.800	29
India	Hombre	INR	90.517	18.800	4,81
Italia	Mujer	EUR	1.772	1.527	1,16
Italia	Hombre	EUR	1.534	1.527	1
México	Mujer	MXN	19.108	7.550	2,53
México	Hombre	MXN	14.712	7.550	1,95
Holanda	Mujer	EUR	3.750	1.685	2,23
Holanda	Hombre	EUR	4.763	1.685	2,83
Perú	Mujer	PEN	11.117	1.025	10,85
Perú	Hombre	PEN	-	1.025	-
España	Mujer	EUR	1.633	1.631	1
España	Hombre	EUR	1.633	1.631	1
UAE	Mujer	AED	17.604	5.000	3,52
UAE	Hombre	AED	17.107	5.000	3,42
Reino Unido	Mujer	GBP	3.715	1.981	1,87
Reino Unido	Hombre	GBP	2.927	1.981	1,48
Estados Unidos	Mujer	USD	4.667	2.771	1,68
Estados Unidos	Hombre	USD	7.307	2.771	2,64



1.3 – Número de despidos en 2024

En la siguiente tabla se muestra la distribución de despidos de Seedtag por sexo en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Despidos por sexo 2023		Despidos por sexo 2024	
Mujeres	10	15	
Hombres	13	22	
Total	23	37	

En la siguiente tabla se muestra la distribución de despidos de Seedtag por categoría profesional en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Despidos por Categoría Profesional 2023		Despidos por categoría profesional 2024	
Directivos	-	1	
Administrativos	4	3	
Personal de venta	7	14	
Ingenieros y técnicos	12	19	
Total	23	37	

En la siguiente tabla se muestra la distribución de despidos de Seedtag por rango de edad en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Despidos por edad 2023		Despidos por edad 2024	
<30	5	7	
30-40	11	19	
>40	7	11	
Total	23	37	



1.4 – Número de contrataciones en 2024

En la siguiente tabla se muestra la distribución de las contrataciones de Seedtag por tipo de contrato y categoría profesional en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Contrataciones por Categoría Profesional 2023				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Administrativos	-	23	-	2
Directivos	-	5	-	-
Personal de venta	2	122	2	13
Ingenieros y técnicos	3	65	2	2
Total	5	215	4	17

Contrataciones por Categoría Profesional 2024				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Directivos	-	3	1	-
Administrativos	1	22	-	1
Personal de venta	1	67	4	1
Ingenieros y técnicos	3	132	3	9
Total	5	224	8	11

En la siguiente tabla se muestra la distribución de las contrataciones de Seedtag por tipo de contrato y rango de edad en 2023 y 2024, a fecha 31 de diciembre:

Contrataciones por edad 2023				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
<30	1	94	1	17
30-40	-	23	-	-
>40	4	98	3	-
Total	5	215	4	17



Contrataciones por edad 2024				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
<30	-	90	4	9
30-40	4	99	4	2
>40	1	35	-	-
Total	5	224	8	11

En la siguiente tabla se muestra las contrataciones de Seedtag por sexo y país 2024, a fecha 31 de diciembre:

País	Género	Total
Argentina	Mujer	2
Australia	Mujer	4
	Hombre	5
Bélgica	Mujer	1
Brasil	Mujer	12
	Hombre	15
Canadá	Mujer	3
	Hombre	5
Chile	Mujer	1
	Hombre	1
Colombia	Mujer	2
	Hombre	1
Francia	Mujer	2
	Hombre	3
Alemania	Mujer	8
	Hombre	7
India	Mujer	4
	Hombre	6
Italia	Mujer	3
	Hombre	2
México	Mujer	10
	Hombre	6
Holanda	Mujer	1
	Hombre	2
Perú	Mujer	2
España	Mujer	41
	Hombre	50
UAE	Hombre	6
Reino Unido	Mujer	7
	Hombre	5
Estados Unidos	Mujer	13
	Hombre	18
Total		248



1.5 - Promedio de contratos en 2024

A continuación, presentamos el promedio de contratos de Seedtag en el 2024 desglosado por diferentes categorías.

En la siguiente tabla se muestra el promedio de los contratos de Seedtag por tipo de contrato y categoría profesional en 2023 y 2024:

Promedio de contratos por Categoría Profesional 2023				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Directivos	1	14,06	-	-
Administrativos	-	45,56	-	1,31
Personal de venta	1,87	139,61	2,82	0,63
Ingenieros y técnicos	2,56	240,03	2,51	7,29
Total	5,43	439,26	5,33	9,23

Promedio de contratos por Categoría Profesional 2024				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Directivos	-	14,24	0,42	-
Administrativos	1,19	56,84	-	0,56
Personal de venta	2,54	178,95	5,36	0,65
Ingenieros y técnicos	4,91	337,04	4,28	7,86
Total	8,64	587,06	10,05	9,07

En la siguiente tabla se muestra el promedio de los contratos de Seedtag por tipo de contrato y rango de edad en 2023 y 2024:

Promedio de contratos por Edad 2023				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
<30	0,65	153,47	2,24	9,23
30-40	3,78	227,88	2,09	-
>40	1,00	57,9	1,00	-
Total	5,43	439,26	5,33	9,23



Promedio de contratos por Edad 2024				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
<30	-	189,38	2,06	8,32
30-40	4,26	294,22	6,99	0,75
>40	4,38	103,47	1	-
Total	8,64	587,06	10,05	9,07

En la siguiente tabla se muestra el promedio de los contratos de Seedtag por tipo de contrato y sexo en 2023 y 2024:

Promedio de contratos por Sexo 2023				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Hombre	3,78	231,81	3,58	1,61
Mujer	1,64	207,45	1,76	7,62
Total	5,43	439,26	5,33	9,23

Promedio de contratos por Sexo 2024				
	Freelance	Indefinido	Temporal	Beca
Hombre	7,65	312,76	6,13	2,68
Mujer	0,99	274,30	3,92	6,39
Total	8,64	587,06	10,05	9,07



1.6 – Tasa de absentismo

En la siguiente tabla se muestra la Tasa de absentismo de los empleados de Seedtag en el ejercicio 2024:

País	Género	Tasa de Absentismo
Argentina	Mujer	0,05
	Hombre	0,00
Australia	Mujer	0,00
	Hombre	0,73
Bélgica	Mujer	0,00
Brasil	Mujer	0,76
	Hombre	0,32
Canadá	Mujer	0,00
	Hombre	0,00
Chile	Mujer	28,72
	Hombre	0,00
Colombia	Mujer	2,70
	Hombre	0,65
Francia	Mujer	4,99
	Hombre	0,63
Alemania	Mujer	8,32
	Hombre	4,59
India	Mujer	0,00
	Hombre	0,17
Italia	Mujer	0,17
	Hombre	1,11
México	Mujer	0,01
	Hombre	0,27
Holanda	Mujer	0,34
	Hombre	8,10
Perú	Mujer	0,00
España	Mujer	1,49
	Hombre	1,56
UAE	Mujer	0,00
	Hombre	0,16
Reino Unido	Mujer	4,63
	Hombre	0,53
Estados Unidos	Mujer	0,25
	Hombre	0,39



La tasa de absentismo del año 2024 se ha calculado por país teniendo en cuenta los días de absentismo registrados, multiplicados por una jornada base de 8 horas diarias. Además, se han considerado como horas de absentismo los accidentes, enfermedades, bajas por maternidad y paternidad, los asuntos propios y los permisos retribuidos. En 2024 implementaron la herramienta de Personio, enfocada a la gestión y control de datos de Recursos Humanos, es por esto por lo que no existe un registro en 2023 para ofrecer estos datos.

Para nuestro análisis del próximo año fiscal se ampliará el alcance de la información recopilada para las horas de absentismo, considerando como horas de absentismo los accidentes, las enfermedades graves, la hospitalización de los empleados, cualquier intervención quirúrgica sin hospitalización con reposo, asuntos propios, cambio de domicilio (mudanza), las enfermedades comunes, los días por matrimonio o pareja de hecho, los nacimientos y cuidados de menores y los permisos retribuidos.

2- Organización del trabajo

2.1 Organización del tiempo de trabajo

Seedtag es una compañía multinacional que interviene en proyectos transnacionales que afectan a diferentes husos horarios, y cuyos servicios requieren una atención y soporte a los clientes durante la mayoría de las horas del día.

Durante 2024, Seedtag ha desarrollado su actividad en 17 husos horarios únicos. Por este motivo la mayoría de los empleados de la empresa realiza horario flexible de lunes a viernes. Este acuerdo de horario flexible se basa en el clima de confianza y el compromiso de responsabilidad de empleados y directivos, siendo sus características principales las siguientes: Se puede elegir el horario entre las 08:00 AM y las 20:00 PM, con un jornada diaria mínima de 6 horas y una jornada diaria máxima de 9 horas, cumpliendo en todo caso la jornada máxima aplicable en cada jurisdicción, o la parte proporcional en semanas de menos de 5 días laborables, salvo en aquellas jurisdicciones en las que la regulación establezca un régimen más favorable.

Durante 2024 se ha trabajado en un acuerdo de desconexión digital que estará listo para su comunicación a finales de 2025.

Con independencia de la ubicación de los empleados, la norma general implica extender y/o ampliar, el régimen laboral más beneficioso (habitualmente el aplicable en España), tratando de balancear el cumplimiento de las normas locales con la creación de un entorno laboral uniforme y equilibrado.

La plantilla cuenta en España con 23 días laborables de vacaciones al año más dos días de vacaciones fijos que son el 24 de diciembre y el 31 de diciembre, que pueden incrementarse en función de la distribución en el calendario que se produzca cada año de los festivos nacionales, autonómicos y locales. Las vacaciones son acordadas entre la persona trabajadora y su manager, pudiendo solicitarse durante todos los días del año. Cada empleado contratado por Seedtag cuenta con su Contrato de Trabajo, el cual estipula una remuneración en función de la jornada trabajada (37 horas y media).

Conforme el negocio se expande, se incrementa el número de clientes y se procede a la apertura de nuevas sucursales, por lo que se evalúan las necesidades de personal periódicamente. Además, en aquellos países en los que existe un convenio colectivo o norma similar aplicable al sector de la publicidad, este se aplica a la totalidad de los empleados:

- España: Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad.



- Italia: CCNL Comercio
- Francia: Syntec CC Bureaux d'Études Techniques, des Cabinets d'Ingénieurs-Conseils et des Sociétés de Conseils
- Brasil: CCT Empresas de Internet do Estado de Sao Paulo

2.2 Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores

Seedtag se preocupa por el bienestar de sus empleados y por ello cuenta con medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación familiar y laboral. La empresa cuenta con un horario flexible que permite a los empleados adaptar su jornada laboral a sus necesidades personales, siempre y cuando se cumplan los objetivos establecidos. Además, Seedtag cumple con la legislación española en materia de conciliación, lo que permite a los empleados hacer uso de los permisos y derechos que les corresponden en este ámbito. La empresa fomenta el ejercicio corresponsable de la conciliación por parte de ambos progenitores y se compromete a seguir trabajando en la implementación de medidas que faciliten la conciliación y mejoren el bienestar de sus empleados.

Durante 2024 se han mejorado las condiciones con respecto a los convenios colectivos en los lugares en los que existen, y equiparado en aquellos en los que no existen en materia de Maternidad y Paternidad. LATAM: se aplica un mínimo de 15 días de permiso para ambos progenitores. EUROPA: se aplica un mínimo de 1 mes de permiso para ambos progenitores, salvo que la regulación local sea más exigente. USA: Se equipara el permiso de maternidad y paternidad y se cubren 3 meses de salario.

3- Salud y seguridad

3.1 Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Debido al tipo de actividad que se desarrolla en Seedtag, los principales riesgos para la salud detectados son los ergonómicos del propio puesto de trabajo. Para la prevención de este riesgo, Seedtag tiene unas oficinas en las que los empleados disponen de puestos adaptados con sillas ergonómicas que sirven para que el empleado adapte el puesto de trabajo a su fisionomía y así pueda prevenir cualquier riesgo. Además de esto, Seedtag organiza seminarios para los trabajadores en los que se enfocan en temas de salud mental, trayendo a expertos en distintas materias de salud. Las medidas que garantizan la seguridad y salud en el trabajo van desde un reconocimiento médico anual voluntario para toda la plantilla y valoración de los riesgos de las instalaciones. Seedtag realiza periódicamente revisiones de sus ascensores, alarmas y extintores para prevenir cualquier tipo de riesgo en la oficina.

Además de lo incluido en la explicación del convenio colectivo de aplicación en España, a modo de ejemplo del resto de jurisdicciones resumimos los de Francia e Italia:

FRANCIA (Convenio Colectivo: SYNTEC):

Este convenio tiene como objetivo mejorar el control de los riesgos profesionales, respetar la integridad física de los trabajadores, cumplir con la legislación vigente, mejorar las condiciones



de trabajo, y promover el diálogo social y la creación de empleos de calidad. A continuación, se detallan los puntos principales:

1. Evidencia del enfoque preventivo: Se enfatiza la importancia de adoptar un enfoque preventivo en la gestión de riesgos laborales.
2. Protección de la salud y seguridad de los trabajadores: Se establecen medidas y acciones para proteger la salud y la seguridad de los empleados en el entorno laboral.
3. Obligaciones legales y jurisprudenciales del empresario: Se detallan las responsabilidades y obligaciones legales del empleador en materia de salud y seguridad laboral, teniendo en cuenta la jurisprudencia existente.
4. Mejora del diálogo social: Se promueve el diálogo y la participación de los trabajadores y sus representantes en cuestiones relacionadas con la salud y seguridad laboral, considerando las situaciones laborales específicas.
5. Creación de empleos de calidad: Se busca mejorar la calidad de los empleos, incluyendo aspectos relacionados con la salud y seguridad laboral.
6. Mejora del rendimiento de las empresas: Se reconoce que un enfoque preventivo y condiciones de trabajo adecuadas contribuyen al rendimiento y éxito de las empresas.

ITALIA (Convenio Colectivo: CCNL Contratto Collettivo Nazionale di lavoro per i dipendenti da aziende del Terziario):

1. Este convenio incluye un artículo sobre el bienestar laboral, abordando los siguientes puntos:
2. Prestaciones sanitarias: Se establecen disposiciones relacionadas con las prestaciones sanitarias, como el acceso a un seguro médico privado o a una cobertura adicional que complementa el sistema nacional de asistencia sanitaria.
3. Planes de jubilación y pensiones: Se contemplan disposiciones sobre las prestaciones de jubilación y los planes de pensiones para los empleados.
4. Seguridad y salud en el trabajo: Se establecen medidas para garantizar la seguridad en el lugar de trabajo y proteger la salud de los empleados, promoviendo un entorno laboral seguro y saludable.
5. Formación y educación: Se promueven oportunidades de formación y educación para los empleados, incluyendo disposiciones para el desarrollo profesional, mejora de habilidades y reembolso de los gastos de formación.

En resumen, tanto el Convenio Colectivo SYNTEC en Francia como el CCNL Contratto Collettivo Nazionale di lavoro per i dipendenti da aziende del Terziario en Italia abordan aspectos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo, así como otros aspectos del bienestar laboral. Estos convenios se enfocan en la protección de los trabajadores, el cumplimiento de normativas, la mejora de las condiciones de trabajo y el fomento de la formación y diálogo social.



4- Relaciones sociales

4.1 Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos

Seedtag fomenta la comunicación interna en todas las direcciones (ascendente, descendente y horizontal), con herramientas como Slack (herramienta de comunicación o chat interno que permite la conexión a través de canales grupales o conversaciones personales), los representantes de los empleados, o el concepto de Open Office, espacios abiertos en las oficinas en las que no existen los despachos.

En concreto, se cuenta con los siguientes canales de comunicación:

- Slack. Herramienta de chat para la comunicación interna de Seedtag.
- All Hands. Herramienta para participación de toda la organización en las reuniones de Seedtag en la que el Management de la compañía comparte con toda la plantilla temas relevantes. Se realizan All Hands regionales y por departamentos
- E-mail de Seedtag. Listas de distribución con empleados de Seedtag.
- Redes sociales. Canales de LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter y TikTok de Seedtag.

5- Formación

5.1 Políticas implementadas en el campo de la formación

En Seedtag, la formación es considerada una parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de los empleados y de la empresa en su conjunto. Para ello, se ha establecido una política de formación que se divide en tres tipos: General Learning, Specific Learning y Formación Departamental.

El General Learning es una formación continua y recurrente para toda la empresa, que incluye iniciativas como programas globales, clases de idiomas, formación interna liderada por los propios empleados, entre otros. Además, se está trabajando con la plataforma "Odilo" de autoformación para que los empleados interesados puedan formarse en diferentes temas.

El Specific Learning son programas de formación específicos para desarrollar las habilidades de liderazgo de los Seedtaggers que lo ameriten.

Por último, la Formación Departamental consiste en un presupuesto que se le otorga a cada responsable de departamento / Responsable de país para que puedan invertirlo en su equipo y poder así desarrollarlos en habilidades acordes a su área.

En Seedtag se ofrece un mínimo del 10% del horario laboral semanal, según lo establecido por la ley, para que los empleados puedan invertirlo en formación si lo desean. Además, se ofrecen formaciones presenciales, online o híbridas adaptándose a las necesidades y requerimientos de cada situación.

Es importante destacar que los programas de General & Specific Learning son programas ya estructurados que se ofrecen a toda la empresa y se realizan en modalidad online para que todo el mundo pueda disfrutar de ellos. A diferencia de la Formación Departamental, que se trabaja por demanda y es por esto que se adaptan a las solicitudes de los empleados, ofreciendo formaciones ad hoc. En definitiva, en Seedtag se apuesta por una formación flexible y adaptada



a las necesidades de cada individuo, con el fin de fomentar su desarrollo y crecimiento dentro de la empresa.

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

A pesar de que en estos momentos Seedtag no tiene contratadas personas con discapacidad, Seedtag ha garantizado el que su oficina principal, sede de la empresa, garantice la accesibilidad física a sus instalaciones, buscando oficinas que no tengan barreras arquitectónicas.

Aunque en la actualidad no contamos con ninguna política en cuanto a la contratación de personas con discapacidad, Seedtag en base a sus valores y principios, no discrimina de forma alguna durante sus procesos de selección por raza, religión, sexo, clase social o discapacidad.

Igualdad

En Seedtag se tiene un compromiso firme con la igualdad de oportunidades y el trato justo para todas las personas, independientemente de su género, edad, orientación sexual, religión, raza, discapacidad u origen social. Para ello, se han establecido una serie de medidas destinadas a promover la igualdad en todos los ámbitos de la empresa.

Entre estas medidas, se encuentra el derecho al permiso parental por parte de ambos progenitores, lo que permite la conciliación laboral y familiar. Asimismo, se garantiza la igualdad en los procesos de selección y se aplican políticas retributivas justas y equitativas.

En este sentido, el método de contratación para garantizar la igualdad a los empleados es homogéneo a lo largo de la compañía. Dependiendo del puesto a cubrir, se recurre a compañías especializadas en el reclutamiento y selección de personal, como pueden ser Head Hunters y/o Zebra, encargados de la búsqueda de trabajadores capacitados a nivel de Dirección o ingenieros especializados.

Ya con el personal seleccionado, se lleva a cabo una entrevista junto con los jefes inmediatos, según el área correspondiente. Con candidatos junior y becarios, la entrevista la lleva a cabo directamente el departamento de recursos humanos y tras comprobar si encaja en el puesto, el candidato tiene una entrevista con el jefe de departamento de ese área o el jefe directo que tendría el candidato en caso de que entrara.

La diversidad es una de las claves de la empresa y se promueve en todos los niveles, tanto en los órganos de dirección como en la plantilla. Continuando con el evento realizado en 2023, "[Women in Ad-tech](#)", en 2024 se felicita a las mujeres líderes en medios y Ad Tech a través del evento [She speaks Ad-tech](#), una charla organizada por Seedtag en la que participan mujeres líderes en la industria de compañías importantes en el sector, además de ser activos en redes sociales promoviendo la igualdad, y en la que se reconocen y celebran los continuos avances del liderazgo femenino dentro de la industria.



Medio ambiente

Conscientes de los retos ambientales y sociales del mundo actual, Seedtag está implementado políticas y procedimientos para minimizar los impactos ambientales y sociales negativos de sus actividades, y para garantizar la sostenibilidad de su modelo de negocio.

En cuanto a políticas y procedimientos, Seedtag está actualizando sus políticas y procedimientos para incluir principios específicos y compromisos concretos en materia de medio ambiente. Ejemplo de dicha actividad, es la política de viajes y gastos aprobada en 2024, que incluye los principios de medio de transporte de menores emisiones y prioridad para transporte público en la compra de viajes.

En cuanto a los riesgos relacionados con el medio ambiente, Seedtag reconoce que su modelo de negocio implica un consumo significativo de energía y recursos naturales, así como la generación de emisiones y residuos, principalmente los derivados de los centros de procesamiento de datos.

Para ello, Seedtag se ha comprometido a aprobar una nueva política medioambiental para 2026, que incluya una estrategia basada en los ejercicios realizados para analizar la materialidad y alineado con a CSRD. Esta estrategia se basa en estrechar y crear lazos de colaboración con clientes y proveedores para asegurar que sus productos y servicios generen el menor impacto negativo a lo largo de la cadena de valor, que se maximice el impacto positivo de la actividad de Seedtag en la sociedad, y que se aprovechan las oportunidades de crecimiento que generan este tipo de colaboraciones.

La base para cumplir con este escenario va a ser la intensidad de emisiones por 1M€ en ingresos. Las medidas adoptadas para cumplir con este objetivo son las siguientes:

- Seedtag ha evaluado sus formatos publicitarios para asegurarse de que se siguen cumpliendo los KPIs, pero utilizando los formatos y plazos de entrega que menos carbono emitan, así como trabajando junto a socios como Impact+ y Scope3. La empresa también ha llevado a cabo un análisis de las solicitudes repetidas o redundantes de DSPs y SSPs en Seedtag Exchange.
- Para reducir las emisiones de energía de Scope 2, Seedtag mejorará la eficiencia energética en sus oficinas a nivel mundial, al mismo tiempo que apostará por fuentes de energía renovables y sin emisiones de carbono, siempre que estén disponibles.
- Para reducir las emisiones de la nube de Scope 3, Seedtag está trabajando directamente con su proveedor Google Cloud para optimizar sus operaciones.
- Para reducir las emisiones de los viajes de negocios de Scope 3, Seedtag está promoviendo el uso de trenes entre sus oficinas de la UE y sustituyendo el uso de taxis por vehículos eléctricos o transporte público.
- Para compensar las emisiones residuales y mantener la neutralidad de carbono, Seedtag apoya proyectos de créditos de carbono que utilizan tecnologías innovadoras y soluciones basadas en la naturaleza para evitar y eliminar emisiones.



Gestión ambiental

En lo que respecta al apartado de gestión ambiental de la empresa, es importante tener en cuenta cuál es el impacto que la actividad de la misma tiene sobre el medio ambiente actualmente. En el caso de Seedtag, su principal actividad es el desarrollo de tecnología para la publicidad contextualizada en medios digitales, lo que implica un uso intensivo de servidores y equipamiento informático. Por tanto, el impacto ambiental principal se relaciona con el consumo energético y la huella de carbono derivada de este consumo.

En Seedtag aplicamos el principio de precaución al monitorear constantemente los riesgos y tomar medidas preventivas. No esperamos pruebas concretas de posibles impactos negativos, sino que actuamos tempranamente para prevenir daños. Nuestro enfoque proactivo protege a empleados, clientes y el medio ambiente. Evaluamos y adaptamos nuestras medidas de manera continua, documentando nuestras acciones en informes para mantener la transparencia. Estamos comprometidos con un futuro seguro y sostenible.

En cuanto al crecimiento previsto de la actividad de la empresa, se espera que este tenga un impacto mayor en el consumo energético y la huella de carbono, a menos que se tomen medidas para reducir estos impactos. Por ello, Seedtag está implementando planes y medidas para minimizar estos impactos en el futuro.

En relación a multas y sanciones por incumplimientos de las leyes o normativas en materia de medio ambiente, Seedtag no ha identificado incumplimientos en este ámbito. Por el momento Seedtag no cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental.

Economía circular y prevención y gestión de residuos

Pese a que, debido a la tipología de actividad de la compañía, este apartado se ha considerado no material, Seedtag está comprometida con la gestión responsable de los residuos generados en sus instalaciones.

Entre las medidas adoptadas se encuentra la eliminación del uso de plásticos de un solo uso en todas las oficinas, ofreciendo a los empleados vasos, platos y cubiertos reutilizables, incluyendo por ejemplo máquinas de café que no utilizan cápsulas, para reducir la generación de residuos. Además, en todas las oficinas de Seedtag se han habilitado contenedores de reciclaje para los residuos generados, fomentando así la separación y el reciclaje de los materiales recuperables.

Asimismo, la empresa trabaja continuamente en planes de minimización de residuos y en la búsqueda de alternativas más sostenibles en la gestión de estos. Seedtag se compromete a seguir trabajando en la mejora de sus prácticas y objetivos en relación con la economía circular y la prevención y gestión de residuos para contribuir a un futuro más sostenible. Incluyendo cualquier tipo de residuo que pudiera darse de la fruta y el café que se proporciona a los empleados.



Uso sostenible de los recursos

Debido a la naturaleza de Seedtag, no se genera un consumo significativo de materias primas en sus operaciones. Como empresa especializada en tecnología publicitaria digital, gran parte de las actividades se centran en el desarrollo y la implementación de soluciones basadas en software y datos. Esto implica que la empresa no depende en gran medida de recursos físicos o materias primas para llevar a cabo su actividad principal. En lugar de eso, se enfoca en el uso eficiente de los recursos digitales, como la energía y el ancho de banda, para garantizar un funcionamiento óptimo y sostenible. El enfoque de Seedtag hacia el uso sostenible de los recursos se centra en la eficiencia energética, la reducción de residuos digitales y la optimización de los procesos tecnológicos para minimizar su impacto ambiental.

Cambio climático

Seedtag ha llevado a cabo un estudio para cuantificar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) generadas por Seedtag en el ejercicio 2024. El estudio ha sido realizado utilizando la metodología establecida por el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero, la Guía del Grupo de Trabajo de Inventarios de Gases de Efecto Invernadero (GRI), y ha seguido los principios de exhaustividad, relevancia, coherencia y transparencia.

En cuanto al alcance 1, Seedtag no tiene bajo propiedad ningún tipo de caldera, generador o vehículo, por lo que estimamos un impacto 0.

En lo que respecta al alcance 2, se ha llevado a cabo una estimación anualizada del consumo de electricidad para la sede social de Madrid mediante la revisión de facturas y extrapolando el consumo para aquellos meses en los que no se tenían disponibles. Con esta información, se ha extrapolado el consumo de electricidad para las demás oficinas a través de una proporción de la cantidad de empleados por país. Se han aplicado factores de emisión basados en la ubicación para todas las oficinas excepto para la sede social, que ha utilizado factores de emisión basados en el mercado.

Se ha asumido que la sede social es suministrada con electricidad 100% renovable y sin emisiones de CO₂. El consumo implícito de electricidad de las oficinas ha aumentado un 7,8% hasta los 140.860,80 kWh en 2024. Es preciso poner en contexto este incremento con la expansión de la compañía, ya que se han abierto tres mercados nuevos, se ha adquirido una entidad en US, que los empleados han aumentado un 19%, y el aumento de facturación ha sido muy relevante, destacando que los consumos están aún por debajo de los niveles de 2022 (143.900 kw/h).



Estos datos certifican el importante esfuerzo realizado por la compañía en materia de consumo energético.

	kWh por país 2023	kWh por país 2024
UAE	1.280	1.750
Brasil	13.057	13.695
Colombia	3.072	3.216
Chile	-	517
Alemania	4.864	6.210
Bélgica	-	234
España	61.957	61.046
Francia	8.193	8.080
Reino Unido	7.681	7.027
Italia	4.352	4.071
India	726	1.525
México	8.961	8.751
Países Bajos	2.560	2.800
Estados Unidos (BF)	-	3.938
Estados Unidos*	12.033	14.326
Argentina	1.024	1.176
Perú	-	239
Canadá	-	752
Australia	-	1.507
Total	129.760	140.860

Para los factores de emisión en el alcance 2, se han utilizado los datos del Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales del Gobierno del Reino Unido (DEFRA) para el Reino Unido, de Climate Transparency para Brasil, Francia, Alemania, Italia, México y los Países Bajos, de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (EPA) para Estados Unidos, y de la Autoridad de Electricidad y Agua de Dubái para los Emiratos Árabes Unidos.

En cuanto al alcance 3, se han utilizado los datos de viajes de negocios proporcionados por Travelperk, herramienta para contratar viajes utilizada por Seedtag, para calcular la distancia total de los viajes, que se ha categorizado por tipo de viaje (por ejemplo, vuelos nacionales e internacionales, tren) y clase de cabina para determinar qué factores de emisión aplicar.

Para los factores de emisión en el alcance 3, se han utilizado los datos de DEFRA, que proporcionan mayor profundidad y categorización que los de la EPA. Por ejemplo, DEFRA aplica un factor de aumento del 1,08 para tener en cuenta el despegue, el aterrizaje, el círculo y las rutas no directas, y diferencia entre las clases de cabina, mientras que la EPA no lo hace.



El resultado de este análisis es la siguiente tabla que resume el impacto de las emisiones de CO2 de Seedtag:

Emisiones de gases de efecto invernadero	Cantidad total 2024	
	CO2 equivalente (kg)	CO2 equivalente (t)
Alcance 1	-	-
Alcance 2	655.000	655
Alcance 3	584.381	584
Total emisiones GEI	1.381.381	1.381

Emisiones de gases de efecto invernadero	Cantidad total 2023	
	CO2 equivalente (kg)	CO2 equivalente (t)
Alcance 1	-	-
Alcance 2	14.405	14
Alcance 3	1.280.534	1.281
Total emisiones GEI	1.294.939	1.294

Lucha contra el cambio climático.

Los informes del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) confirman que el cambio climático inducido por la actividad humana está provocando alteraciones sin precedentes en el sistema climático de la Tierra. De hecho, ya existe un consenso científico innegable sobre la urgencia de la crisis climática, sus causas principales y sus efectos actuales.

Los riesgos asociados al cambio climático son considerables, los esfuerzos para combatirlo también presentan importantes oportunidades para la innovación, el crecimiento económico y la mejora social. Bajo estas premisas, la lucha contra el cambio climático se presenta como un imperativo ético, alineado con la responsabilidad de respetar los derechos humanos, y como una oportunidad para las empresas, ya que limitar el calentamiento a 1,5 °C para el año 2100 podría generar beneficios económicos netos sustanciales a nivel global.

Estos riesgos pueden afectar las operaciones directas de Seedtag, a sus clientes y a la estabilidad general del mercado en el que opera. Si bien el impacto ambiental directo de una empresa de tecnología publicitaria puede ser limitado, las consecuencias indirectas derivadas de los cambios económicos y sociales impulsados por el clima podrían ser significativas.

Comprender y abordar proactivamente estos riesgos es fundamental para la sostenibilidad y resiliencia a largo plazo de Seedtag.



Riesgos Ambientales y su Impacto en Seedtag

El aumento de las temperaturas y la creciente frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos representan una amenaza tangible para las operaciones de Seedtag. Olas de calor significativas en ciudades donde Seedtag tiene oficinas podrían provocar cortes de energía generalizados y interrupciones en el transporte. Este tipo de eventos puede afectar directamente la capacidad de los empleados para llegar al trabajo y la operatividad de los sistemas de refrigeración en las oficinas y centros de datos de Seedtag. Un fallo en estos sistemas, especialmente en los centros de datos que sustentan la infraestructura tecnológica de la empresa, podría resultar en interrupciones operativas costosas. Además, la creciente incidencia de fenómenos meteorológicos extremos, como inundaciones y tormentas, podría llevar a un aumento en las reclamaciones de seguros por parte de las empresas, lo que potencialmente se traduciría en primas más elevadas para Seedtag.

Las interrupciones prolongadas o frecuentes causadas por el clima adverso podrían tener efectos de segundo orden en la moral y la productividad de los empleados. La dificultad para trabajar en condiciones incómodas podría llevar a una disminución del rendimiento y, a largo plazo, a una mayor rotación de personal o dificultades para atraer talento en regiones particularmente afectadas. Además, el aumento de las primas de seguros debido a la mayor frecuencia de eventos climáticos extremos podría elevar los costos operativos generales de Seedtag. Por lo tanto, es crucial que Seedtag evalúe la distribución geográfica de sus oficinas y centros de datos para comprender los riesgos climáticos específicos asociados con cada ubicación.

En cuanto al aumento del nivel del mar, la pérdida de biodiversidad y la desertificación, su impacto directo en la infraestructura física de Seedtag es prácticamente nulo, sin embargo, estos fenómenos pueden tener consecuencias indirectas significativas si afecta a clientes de Seedtag en sectores como el turismo y el comercio minorista con una fuerte presencia en ciudades costeras. Una disminución en la actividad turística debido a la inundación de infraestructuras costeras o la degradación de los destinos podría llevar a estos clientes a reducir sus presupuestos de publicidad.

En conclusión, a pesar de que seedtag es una empresa de tecnología con un impacto ambiental directo relativamente bajo, se enfrenta a una variedad de riesgos significativos derivados del cambio climático. Estos riesgos abarcan desde las posibles interrupciones operativas y el aumento de costos debido a fenómenos meteorológicos extremos, hasta los impactos indirectos a través de los efectos en sus clientes en sectores vulnerables como el turismo y la agricultura, y las consecuencias más amplias de la inestabilidad social y los cambios en el comportamiento del consumidor.



ANEXO: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad

Ámbitos generales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (Apartado)	Comentarios/ Razón de la omisión
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio: Entorno empresarial Organización y estructura Mercados en los que opera Objetivos y estrategias Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición GRI 2-23 Compromisos y políticas	3-4	
Políticas y resultados de estas políticas	Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	6	
Principales riesgos e impactos identificados	Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	7-9	



Cuestiones medioambientales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Criterio interno/GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático (Criterio contable)		
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	Aplicación del principio de precaución			
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales			
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados	33-38	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	La empresa no tiene comedor, cada empleado lleva su propia comida. Por lo que no aplica para la compañía.
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua	33-38	No se reporta el consumo de agua debido a que no es material para la compañía
	Consumo de materias primas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		
	Consumo , directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		



Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	33-38	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	No se toman medidas de adaptación, sino de mitigación, debido a que no aplica para la compañía.
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	33-38	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas			

Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	16-30	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo		16-30	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	16-30	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	16-30	
	Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (Sal. Medio Mujeres – Sal. Medio Hombres) / Sal. Medio Hombres	16-30	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	GRI 405-2 Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.	16-30	
	Remuneración media de los consejeros por sexo		16-30	
	Remuneración media de los directivos por sexo		16-30	
	Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	16-30	
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	16-30	
Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	16-30		
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	16-30	
	Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	16-30	
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	16-30	
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	16-30	



	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere) Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere)	16-30	No han ocurrido en 2023 ni 2024
Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	16-30	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva		
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	16-30	
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	31	
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	32	
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	32	
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas		



Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	14-15	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	14-15	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.	14-15	
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	14-15	



Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	14-15	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	14-15	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	14-15	

Información sobre la sociedad

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	10-13
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	10-13
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	10-13
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	10-13



Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	10-13	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas		
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas			
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	10-13	
	Sistemas de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos		
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora		
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	10-13	
	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país		
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		

