



Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT

**marktel**  
GRUPO



# INFORME DE PROGRESO 2013

Informe de Progreso | 1

# ÍNDICE

01

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

02

PERFIL DE LA ENTIDAD

03

METODOLOGÍA

04

ANÁLISIS

CLIENTES

EMPLEADOS

SOCIOS/ACCIONISTAS

COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL

MEDIOAMBIENTE

ADMINISTRACIÓN

# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Estimados amigos:

Las empresas que conforman el Grupo Marktel han suscrito el Pacto Mundial y sus principios que se basan en los Derechos Humanos, Laborales, Medio Ambiente y Corrupción.

Nada es tan importante para nosotros como el respeto y la vinculación a estos Derechos que dignifican el trabajo de nuestros colaboradores y que asimismo conllevan también las obligaciones de éstos con la Empresa, base sobre la que se asienta nuestro futuro profesional.

El respeto a los derechos y obligaciones de los trabajadores y de los directivos permitirá que nuestros objetivos se afiancen haciendo de nuestro Grupo Empresarial un modelo de estabilidad y crecimiento ordenado que nos permita seguir avanzando en nuestros compromisos de calidad de servicio a nuestros clientes.

Los tiempos actuales no son precisamente fáciles y precisamente el respeto a un código ético de conducta producto del desarrollo de los valores y principios que deben tener el comportamiento de todas las personas que forman el Grupo Marktel, nos permitirá superar con éxito todas las dificultades y así consolidar a nuestro proyecto de futuro.

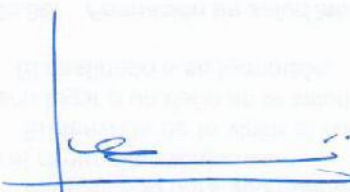


Por este motivo queremos remarcar nuestro compromiso con la iniciativa del Pacto Mundial y los Diez Principios. El Grupo de Empresas se ha marcado como objetivo continuar ofreciendo puestos de trabajo tanto para los jóvenes con dificultad de acceso al empleo como a las personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social, y sobre todo con los programas de Formación Profesional específica necesarias para el correcto desarrollo de su trabajo.

Esta formación tiene como resultado inmediato la realización de un servicio de atención al cliente impecable que genera un altísimo grado de satisfacción en sus resultados y que permite alcanzar a nuestras empresas la consecución de sus objetivos y afianza los puestos de trabajo.

El Grupo de Empresas en sus diferentes centros de trabajo en Madrid, Valencia y Elvas viene desarrollando esta política de formación y empleo y colaborando con los delegados del Comité de Empresas que se han querido adherir y con los empleados en general en la mejora continua de los temas sociales ante las dificultades del mercado y los problemas del sector, tratando de sensibilizar a todos en el proyecto común de nuestro futuro empresarial.

A todo el personal directivo, empleados, colaboradores y clientes les quiero agradecer su constante esfuerzo y colaboración pues de ellos depende esta realidad que es nuestro Grupo Empresarial y su protección futura.



Fdo.: D. José Mª Horrillo López del Rey  
Presidente

# PERFIL DE LA ENTIDAD

**Nombre Completo (Razón Social)**

Marktel SMT

**Tipo de empresa**

PYME

**Nombre del máximo cargo ejecutivo**

Luis Salvador Martín Gonzalez

**Persona de contacto**

Livia Horrillo Grande

**Dirección**

C/Salvatierra, 5

C.P. 28034

Madrid

**Dirección Web:** [www.grupomarktel.com](http://www.grupomarktel.com)

**Número de empleados directos**

1000

**Sector**

Servicios profesionales (Telemarketing)

Servicios Outsourcing Tecnológico.

**Actividad, principales marcas, productos y/o servicios**

- ☐ Servicios de Contact Center
- ☐ Servicios de BPO
- ☐ Servicios Tecnológicos.

**Grupos de Interés más significativos:**

- ☐ Clientes
- ☐ Empleados
- ☐ Socios/accionistas
- ☐ Comunidad/Sociedad Civil
- ☐ Medioambiente
- ☐ Administración

**Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés.**

- ☐ **Clientes:** para prestar los mejores servicios con la máxima calidad, mientras fomentamos las buenas prácticas en cada uno de nuestros servicios.
- ☐ **Empleados:** apoyar y respetar en nuestro ámbito de influencia los estándares laborales y la abolición de las prácticas que repercutan en la discriminación en el empleo y ocupación.

- È **Socios/accionistas:** alineados para el buen gobierno y la transparencia de la información.
- È **Medioambiente:** desde Grupo Marktel queremos ser solidarios con las generaciones futuras y por ello intentamos concienciar a la sociedad para el consumo responsable, velando así por la sostenibilidad medioambiental y la ecoeficiencia.
- È **Sociedad Civil:** crear valor en las comunidades en las que operamos.
- È **La Administración Pública:** es una entidad más con la que colaboramos, por ello, al igual que con nuestros clientes, intentamos prestar los mejores servicios con la máxima calidad fomentando las buenas prácticas de negocio.

**Seleccione los países o regiones donde su empresa tenga presencia.** España y Portugal.

**Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen**  
España.

## **¿Cómo se ha materializado y definido los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?**

Los asuntos más significativos se han definido tomando de referencia los 10 principios del Pacto Mundial y los valores de Grupo Marktel. Su materialidad se ha establecido con la constitución de un Comité de Ética y mediante la elaboración de un Código Ético interno.

## **Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso**

El informe de Progreso se está difundiendo a través del Comité de Ética/mandos intermedios, jefes de equipo, a través de las web de Global Compact y de Red Española; y en la intranet. Ésta última puede ser consultada por todas las personas que integran la Organización, teniendo todas ellas acceso instantáneo al Código Ético elaborado por Grupo Marktel, en el que se recogen nuestros valores y los 10 principios del Pacto Mundial.

## **Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.**

Año 2013.

## **Ciclo de presentación del Informe de Progreso Anual.**

# ESTRATEGIA Y GOBIERNO

## **Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión**

Existen varias vías por las que se recogen las sugerencias de Nuestros Grupos de Interés. En el caso de los **Clientes y la Administración**, estas sugerencias se recogen en el área de comercial y a través de cuestionarios de satisfacción. Los **empleados** nos hacen llegar sus sugerencias a través de la intranet, a través de sus responsables o buzón de sugerencias. Los **socios/accionistas** por su parte, en los Consejos de Administración. Finalmente las sugerencias de la **comunidad y medio ambiente**, se incorporan a través del análisis e identificación de necesidades de la sociedad civil y medios dónde operamos.

Todas las sugerencias que recibimos, son tratadas en el Comité Ético y en la Junta Directiva, y sirven de instrumento de ayuda en la adopción de políticas y estrategias más éticas.

## **Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama:**

Sociedad Anónima.

## **Indique si la junta directiva mide el progreso en la implantación de Los 10 Principios mediante indicadores**

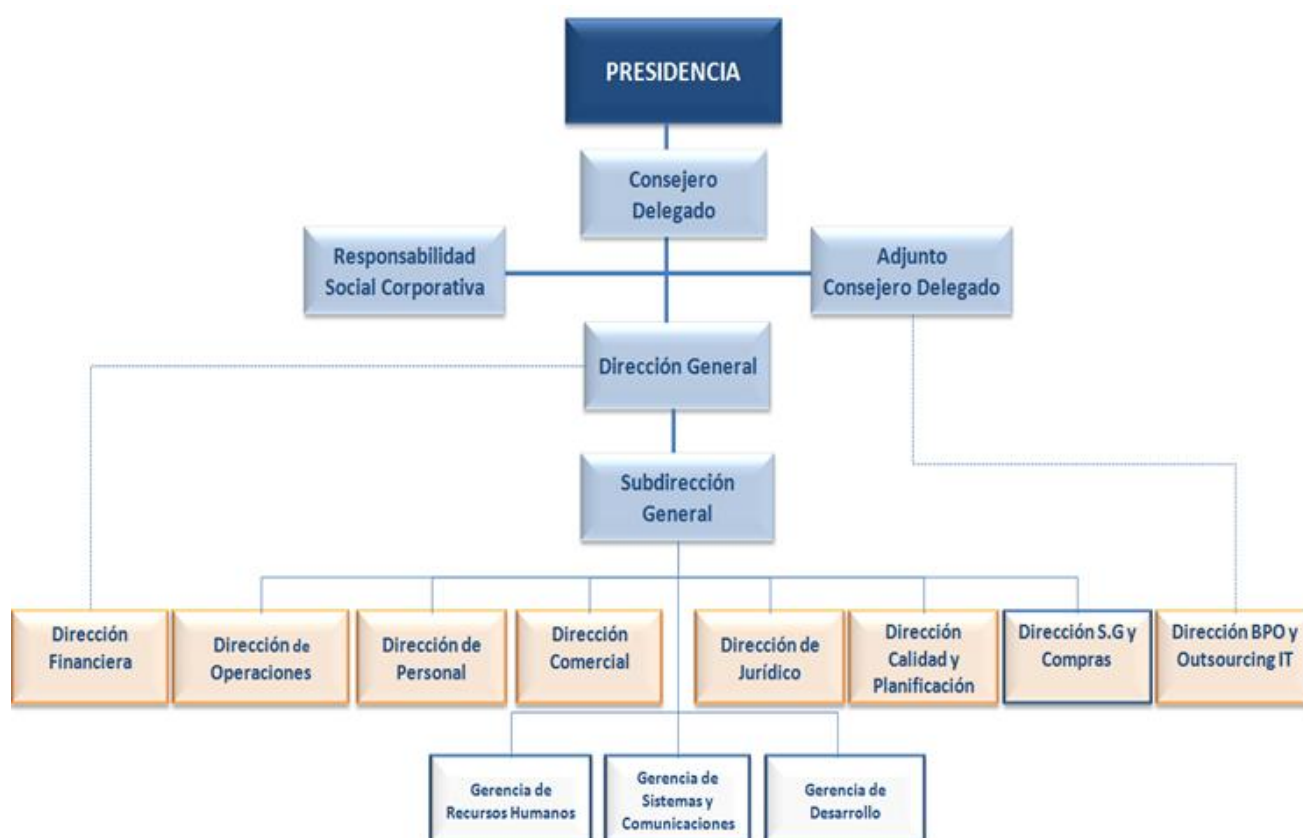
Los miembros de la Junta Directiva son asimismo componentes del Comité Ético, por lo que han sido los pioneros en la implantación de Los 10 Principios. Dentro del Reglamento de Régimen Interno del Comité de Ética, se obliga a sus miembros, a la elaboración de una memoria en la que se hace un seguimiento con diferentes datos de la implantación de estos 10 Principios, por lo que se puede afirmar que el seguimiento del progreso en la implantación de los 10 Principios por parte de los Directivos de Marktel es real y efectiva.

## **Indique la estructura de gobierno y quién o quiénes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial e indique si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.**

La estructura de Gobierno que ayuda a materializar los Principios del Pacto Mundial a nivel directivo es el Comité de Ética, compuesto por:

- ✉ Jose M<sup>a</sup> Horrillo López del Rey, Presidente del Comité y Consejero Delegado de Grupo Marktel.
- ✉ Livia Horrillo Grande-Fiordeponi, Vicepresidenta del Comité y Responsabilidad Social Corporativa en Grupo Marktel.
- ✉ Luis S. Martín González, Vocal del Comité, Dirección General en Marktel.
- ✉ Eva Campanero Martínez, Vocal del Comité, Subdirección General en Marktel.
- ✉ Eva Terol Gómez, Secretaria del Comité, Dirección Comercial.
- ✉ Carmen Cañero Muñoz, Vocal del Comité, Responsable de Servicio.
- ✉ Laura Esther Iglesias Bango, Vocal del Comité, Responsable de Servicio.

## Organigrama Marktel





# OBJETIVOS Y TEMÁTICAS DE NACIONES UNIDAS

Durante el año 2013, Grupo Marktel no ha tenido proyectos de colaboración con Organismos dependientes de las Naciones Unidas, pero sí que la entidad ha venido desarrollando acciones de apoyo en relación a los principios que ésta defiende desde su Fundación Progresia; cuyo fin fundacional es el de la Integración social y laboral de personas con discapacidad, mujeres mayores de 45 años, colectivos en riesgo de exclusión y violencia de género.

Desde Grupo Marktel en colaboración con la Fundación Progresia, apoyamos incondicionalmente la abolición de prácticas de discriminación en el empleo, y por ello llevamos a cabo acciones culturales, deportivas y de formación, con el fin de ayudar a las personas que se encuentran con más obstáculos para la inserción laboral, contribuyendo a la empleabilidad de aquellos colectivos más vulnerables de forma directa.

Por ejemplo, en el año 2013 hemos impartido cursos gratuitos de Iniciación al Telemarketing, dirigido a personal con este riesgo de exclusión social que acudió a la Fundación para recibir orientación profesional, y hemos conseguido que participantes de estas formaciones consiguiesen empleo después de recibirlas.

Si bien es cierto, que durante el año 2013 no hemos colaborado con ningún Organismo dependiente de las Naciones Unidas, como objetivo para el próximo año, nos hemos propuesto incorporar a la campaña de Navidad, la posibilidad de hacer un donativo voluntario con la compra del décimo de lotería.

La finalidad de esta iniciativa consiste en que Grupo Marktel se compromete a duplicar el importe recaudado de sus empleados y donarlo a ACNUR; el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados.

# METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier Organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados
3. Neutralizar estos riesgos o materializar las oportunidades con el establecimiento de:

**Políticas:** documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de

la entidad detectados en la identificación de desafíos.

**Acciones/Proyectos:** las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

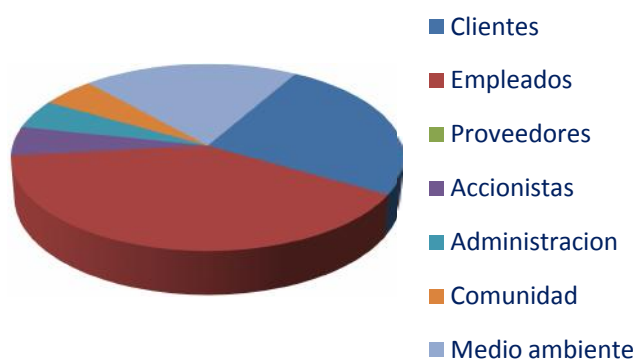
**Herramientas de seguimiento:** evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

**Indicadores de seguimiento:** datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.

# ANÁLISIS GRUPO MARKTEL

## Políticas aplicadas por grupos de interés



## Cantidad de Políticas aplicadas

- Clientes: 5
- Empleados: 8
- Accionistas: 1
- Administración: 2
- Comunidad: 1
- Medio ambiente: 4

### DERECHOS HUMANOS



8

Desafíos u  
Oportunidades  
contemplados

### NORMAS LABORALES



6

Desafíos u  
Oportunidades  
contemplados

### MEDIOAMBIENTE



4

Desafíos u  
Oportunidades  
contemplados

### ANTICORRUPCIÓN



2

Desafíos u  
Oportunidades  
contemplados

## GRUPO DE INTERÉS



## CLIENTES

Los clientes para Grupo Marktel, son considerados como uno de los ejes fundamentales de la gestión en cada una de nuestras empresas, por ello, definimos las líneas estratégicas que han de guiar a la Organización en base a ellos y a nuestro objetivo principal, su plena satisfacción.

En consecuencia, la eficiencia en los procesos, la transparencia en la actuación y la calidad en los servicios han de ser fines en sí mismos para todos los empleados de Grupo Marktel.

En Grupo Marktel impera una cultura de calidad, de ahí nuestro lema: **“Un servicio de calidad, nuestro mejor aval”**; el cual nos conduce a diseñar planes de acción y mejoras constantes que incrementen la satisfacción de los clientes. Las distintas líneas de negocio que ofrece la compañía, garantizan a los clientes la cobertura de sus necesidades en los distintos segmentos de mercado.

Tenemos establecido como objetivo primordial satisfacer al cliente mediante una amplia gama de soluciones, información clara, veraz y en plazo, transparencia en las operaciones, asesoramiento personalizado cuando el cliente lo requiera, tratamiento profesional y resolución ágil de incidencias.

---

## FOMENTAR LA CALIDAD EN LA ENTIDAD A TODOS LOS NIVELES

---

*Son varias las **POLÍTICAS** que ha puesto en marcha Grupo Marktel para fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles:*

### 1. CÓDIGO ÉTICO

En Grupo Marktel nos esforzamos no sólo por fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles, sino por trasladarla a todos y cada uno de nuestros servicios. Por ello, en nuestro Código Ético, hemos dedicado uno de los puntos principales para inculcar a toda la Organización la importancia de aunar esfuerzos para conseguirla.

Y es que, una virtud esencial de una Organización de calidad es la de reflejar una actitud de servicio para entender y atender lo que el cliente quiere, necesita y espera de ella. Los clientes quedarán satisfechos e incluso agradecidos cuando un servicio les proporcione un valor mayor al esfuerzo en el que incurrieron para adquirirlo.

Las empresas competitivas tienen que planear y desarrollar sus procesos administrativos así como los operativos, de tal forma que se aseguren de

ofrecer y entregar al cliente sus servicios con mayor valor agregado que sus competidores.

Los clientes son posiblemente el recurso más importante con el que puede contar una empresa. Los esfuerzos de todos los integrantes de la organización deben orientarse hacia la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de éstos, quienes de esta forma la favorecerán con su contratación a largo plazo.

El Valor de Grupo Marktel es buscar la excelencia en los servicios prestados a nuestros clientes, por ello nos esforzamos en alinear todas las áreas y estructuras de la compañía para la consecución de este objetivo. No se conseguirá con acciones descoordinadas, aisladas o con fines parcelados sino, con el resultado de un proyecto bien articulado y concebido haciendo partícipes a todas las áreas e integrantes de la Organización con ese objetivo.

La satisfacción de los clientes es el pilar fundamental de todo programa de calidad total en cualquier tipo de empresa. Para ello, es necesario cuidar al cliente, asesorarle y proporcionarle un valor adicional.

Ello implica una revisión de los procesos llevados a cabo, cuestionándose en todo momento, si la ejecución de cada uno de ellos, proporciona a nuestros clientes un añadido a lo requerido.

Contagiar calidad en una Organización es sencillo, si se la toma como una entidad real y necesaria para cada paso o decisión que se debe dar.



La calidad no es un ser apartado a lo que se quiere llegar como un objeto inalcanzable. La calidad es tangible y se halla en cada punto de acción individual y global de la Organización.

## 2. POLÍTICA DE CALIDAD

Calidad es aportar valor al cliente, es ofrecer un servicio por encima de las expectativas. Con esta premisa y tras años de experiencia en la gestión de proyectos, en Marktel, hemos desarrollado nuestra Política de Calidad, basada en reglas y normas de actuación que rigen nuestros servicios:

- E **Selección y Formación del Personal:** Calidad en la Selección para vincular al personal con cualidades más idóneas al servicio a prestar. Calidad en Formación inicial y continua para asegurar la precisión de los conocimientos.
- E **Relaciones Comerciales:** Calidad en las relaciones con Clientes desde el inicio y especialmente durante la prestación de servicios.
- E **Satisfacción del Cliente:** Calidad en la orientación a la Excelencia.
- E **Prestación de Servicios:** Calidad en los servicios y alineamiento estratégico con nuestros clientes colaboradores.
- E **Desarrollo de Aplicaciones:** Calidad en el desarrollo interno de herramientas de trabajo para mejorar la gestión de los servicios.


Esta enumeración de principios por los que se rige cada una de las empresas y empleados de Grupo Marktel, tiene un impacto positivo en nuestra relación con los clientes.



## 3. NORMATIVA VIGENTE

Son todas las legislaciones las que respetamos y cumplimos y más concienzudamente en materia de Calidad en nuestra relación con los clientes. Desde nuestra Organización:

- E Cumplimos las normativas de calidad vigentes, prueba de ello, es que estamos certificados desde el año 2005 de ISO 9001:2008.
- E Aplicamos los estándares laborales vigentes en las regiones en las que operamos.
- E Difundimos las normativas relativas al medio ambiente, como medio de concienciación de la sociedad para la preservación de éste.
- E Respetamos la Declaración Universal de Derechos Humanos, en todos los ámbitos de nuestra actividad.

 Sancionamos toda conducta depravada en la empresa.

Como objetivo que rige en cada una de nuestras empresas, es el de continuar con el cumplimiento de toda la legislación que atañe a nuestro negocio, evitando cualquier desviación en su aplicación.

## 4. POLÍTICA RSE

Uno de los valores sobre los que nuestra entidad actúa concienzudamente en base a los compromisos adquiridos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, es la calidad.





Gracias a nuestro buen sistema de gestión, y en reconocimiento del cumplimiento de los requisitos recogidos en la Normativa ISO 9001:2008, Grupo Marktel se encuentra certificado por Aenor. Esto se debe, a las exigentes Políticas y Medidas de Calidad que hemos implantado y aplicamos en nuestra Organización a todos los niveles.



## 5. POLÍTICA DE SEGURIDAD

En Grupo Marktel tenemos establecido como objetivo primordial satisfacer al cliente mediante una amplia gama de soluciones, información clara, veraz y en plazo, transparencia en las operaciones, asesoramiento personalizado cuando el cliente lo requiera, tratamiento profesional y resolución ágil de incidencias.

Para proporcionar la máxima seguridad, entendida ésta en todos sus sentidos, en las relaciones con los clientes, nos regimos por los siguientes principios:

-  Cualquier problema que pueda aparecer en relación a un cliente debe ser solucionado mediante los recursos técnicos y humanos más adecuados, actuando de forma profesional.
-  La información que se proporciona al cliente en todo momento ha de ser veraz, actuando todo el personal con sinceridad y transparencia. Si se detectan errores o contradicciones en la información suministrada, se deberá informar al cliente, aportando soluciones y asumiendo las responsabilidades derivadas de dichos fallos de información.
-  Los datos de carácter confidencial del cliente no pueden ser revelados en ningún caso a terceras personas, salvo autorización del propio cliente o imperativo legal.
-  En el tratamiento de bases de datos de nuestros clientes aplicaremos las normativas vigentes en materia de seguridad de la información.

La Organización debe contribuir a cumplir todos los requisitos de calidad establecidos legalmente, así como los criterios del cliente, con el objetivo de lograr la excelencia en los servicios prestados y la satisfacción el cliente como fin último de nuestra actividad diaria.

*Las **ACCIONES** que se llevan a cabo en toda la entidad para ayudar a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar posibles riesgos son:*

## 1. FORMACIÓN

Sabido es, que la formación de nuestros empleados tiene un impacto directo en la calidad y excelencia de nuestros servicios. Por ello, nuestro personal, en su incorporación a la compañía, recibe una formación inicial antes de empezar con las tareas correspondientes al servicio. Estas medidas han sido tomadas, para asegurar que éstos disponen de los conocimientos y formación necesaria para el desarrollo de la actividad que se le ha asignado.

Para Marktel esto no es suficiente, por ello, una vez iniciado el servicio, ponemos a disposición de nuestros empleados cursos de formación opcionales para aumentar la productividad y competitividad de nuestro personal, y por ende, el de nuestras empresas.

Para Grupo Marktel es tan importante la idoneidad de nuestros empleados que no se desentiende de éstos una vez que ya están formados, sino

aplicamos un sistema de evaluación continua para cerciorarse de que éstos disponen de conocimientos actualizados, poniendo en marcha unas sesiones de refuerzo y actualización para aquellos casos que no hayan pasado satisfactoriamente los tests.

Nuestra labor en materia formativa no acaba aquí, sino que además ponemos a disposición de nuestros empleados una amplia oferta formativa gratuita, relacionada directamente con las labores que desarrollan y que repercuten positivamente a su desarrollo personal.

## 2. DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA

Grupo Marktel divulga sus políticas de Calidad, de Respeto de los Derechos Humanos, de Medio Ambiente, su Código Ético y la RSE, a través de la Intranet, su página web y tableros de anuncios. Nuestro Grupo consagra estos valores ya que son los que reflejan la filosofía de nuestras empresas en los servicios, en nuestros clientes y en la sociedad.

## 3. REUNIONES DE EQUIPO

Llevar a cabo reuniones de seguimiento con los diferentes equipos y áreas que concurren en los servicios son clave para comprobar que se está siguiendo la estrategia definida para el proyecto en sí, y por ende que no nos hemos desviado del camino trazado para la consecución de los objetivos y la satisfacción del cliente.

Tan esenciales son estas reuniones para nuestra Grupo, que nuestra área comercial y responsables de servicio, trabajan para que éstas se lleven a cabo con más asiduidad y evitar así deficiencias en la calidad de los servicios.

## 4. SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

En Grupo Marktel hemos implantado varios canales de comunicación con ellos, para que sus necesidades e inquietudes puedan transmitirse directamente a nuestro personal y poder asegurar así una rápida y eficaz respuesta por parte de nuestro personal de estructura. Las vías más utilizadas son:

- ☞ El área de postventa.
- ☞ El área comercial.
- ☞ Los responsables de servicio.

Además, nuestros clientes, disponen de otros canales adicionales a su disposición como son:

- ☞ La aplicación de gestión de incidencias.
- ☞ Los formularios de satisfacción.

Si bien los clientes son uno de los grupos de interés más importantes; más relevante es, que éstos se sientan satisfechos en cuanto al trato y la atención recibida por Marktel, por ello seguiremos

depurando los principios que han de regir en nuestras relaciones con ellos.

Los **INDICADORES DE SEGUIMIENTO** para fomentar la calidad de la entidad que se aplican en Grupo Marktel son:

### 1. GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Grupo Marktel ha desarrollado una herramienta propia para el registro y seguimiento de las incidencias que se puedan darse en la prestación de nuestros servicios.

Estas incidencias, son dadas de alta por el usuario, en este caso el cliente, e indica qué tipo de incidencia se ha producido, quedando ésta registrada y clasificada según su la prioridad que haya indicado el cliente.

Una vez registrada, se procede a la mayor brevedad posible a la resolución de la misma. Solventado el problema, el equipo de soporte se pone en contacto con la persona que ha dado de alta la incidencia para comunicarle la resolución.

Hemos estimado tiempos de respuesta ante éstas, aunque gracias a nuestro gran equipo, hemos conseguido que estas incidencias sean resueltas casi de forma instantánea.

El ratio de incidencias registradas en relación con el volumen de servicios que prestamos, es mínimo.

Además indicar que esta herramienta también gestiona las peticiones de los clientes.

## 2. NÚMERO DE AUDITORÍAS LLEVADAS A CABO

Grupo Marktel realiza auditorías constantemente tanto externas como internas, para medir la calidad de la entidad a todos los niveles.

Son nuestros clientes y auditores externos, los que nos auditan para medir la gestión de la calidad como es el caso Aenor por el cumplimiento de la Normativa ISO 9001:2008 o las auditorías que pasemos en materia de seguridad de la información con la ISO 2701.

Internamente, algunas de las auditorías que pasamos para medir la calidad de la entidad son: auditorías para medir la excelencia telefónica y operativa de cada servicio, la calidad y el cumplimiento de la LOPD.

Los **HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO** para la evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas en Grupo Marktel son:

### 1. EVALUACIÓN ANUAL

El área comercial y nuestros directivos llevan a cabo reuniones de seguimiento diaria, semanal, trimestral y anualmente para analizar y hacer un seguimiento de los servicios que estamos

prestando. Este estudio se base en la información recibida a través del área de negocio, los responsables de servicio y cuestionarios de satisfacción.

Con estas evaluaciones lo que se pretende es actuar rápidamente en aquellos puntos de inflexión de los servicios, evitar deficiencias y proponer mejoras.

## 2. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Con periodicidad anual o bien a la finalización de un servicio, se realiza una encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente.

Así mismo, con esta encuesta se pretende encajar críticas constructivas y sugerencias que nos sirvan de medio hacia la plena calidad de los servicios que prestamos.

En estas encuestas pretendemos que nuestros clientes no comenten aspectos como:

- ✚ El trato recibido por la/s persona/s intermediadora/s asignadas por Marktel.
- ✚ La accesibilidad mostrada.
- ✚ La valoración de los tiempos de respuesta.
- ✚ Si el servicio prestado se ha ajustado correctamente a sus requisitos.
- ✚ Valoración de los conocimientos y aptitudes del personal con el que han tenido contacto.



- È Valoración de la consecución de objetivos por Marktel.
- È Valoración general del servicio recibido por Marktel.
- È Aspectos de mejora.

### 3. AUDITORÍAS

Las auditorías son el medio de evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Nos ayuda a controlar el cumplimiento de las políticas y a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

Por ello, las utilizamos como herramienta infalible de seguimiento del nivel de tecnología, de calidad, de formación, de selección y de gestión, que estamos aplicando.

Marktel camina hacia la Excelencia, por ello, va a seguir trabajando en el próximo año por la mejora continua:

- È Con acciones correctivas para los puntos más deficientes y posibles riesgos en nuestra Organización y Servicios.  
Definiendo estrategias para actuar en los puntos susceptibles de mejora.
- È Aplicando acciones preventivas para evitar posibles conflictos con clientes en el desarrollo de la prestación de un servicio.

---

## SATISFACCIÓN Y RELACIÓN DURADERA CON EL CLIENTE

---

Desde Grupo Marktel diseñamos planes de acción y mejora constante que incrementan la satisfacción de los clientes. Además, el amplio abanico de soluciones que ofrecemos, garantizan a los clientes la cobertura de sus necesidades en los distintos segmentos de mercado. Esta amplia gama de líneas de negocio, junto al trabajo bien hecho nos ayuda a fidelizar a nuestros clientes, de los cuales algunos de ellos llevan con nosotros más de 20 años.

*Para ello Marktel ha puesto en marcha las siguientes **POLÍTICAS**:*

### 1. POLÍTICA RSE

Desde Grupo Marktel consideramos que definir estrategias de negocio basadas en Responsabilidad Social Empresarial, mantener relaciones con los clientes basadas en la transparencia y confianza y la calidad de nuestros servicios, es lo que sostiene a nuestras empresas y favorece la fidelización tanto de nuestros clientes como empleados.

Por ello intentamos concienciar a nuestro personal a todos los niveles, la importancia y trascendencia de la aplicación de una RSE, no sólo para el

desarrollo social y el medio ambiente, sino también para la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

## 2. CÓDIGO ÉTICO

En nuestro Código Ético, hemos recogido como uno de los valores principales de Grupo Marktel, la orientación a cliente, por ello consideramos de obligado cumplimiento de todos los miembros de la Organización los siguientes principios:

- ✚ Todos los integrantes de la Organización deben contribuir al servicio al cliente, mediante atención a las demandas del mismo, con honestidad y respeto.
- ✚ La Organización debe trabajar en la mejora continua de los procesos productivos, con el fin de garantizar el mejor servicio posible al cliente y la aplicación de técnicas más eficientes.
- ✚ Cualquier problema que pueda aparecer en relación a un cliente debe ser solucionado mediante los recursos técnicos y humanos más adecuados, actuando de forma profesional.
- ✚ Las quejas, reclamaciones u observaciones de los clientes han de ser atendidas buscando la solución más equitativa en cada caso.
- ✚ La información que se proporciona al cliente en todo momento ha de ser veraz, actuando todo el personal con sinceridad y transparencia. Si se detectan errores o contradicciones en la información suministrada, se deberá informar al cliente, aportando soluciones y asumiendo las

responsabilidades derivadas de dichos fallos de información.

- ✚ Las comunicaciones de mercado que realice la Organización deberán estar guiadas por los principios de veracidad y honestidad.
- ✚ La Organización debe contribuir a cumplir todos los requisitos de calidad establecidos legalmente, así como los criterios del cliente, con el objetivo de lograr la excelencia en los servicios prestados y la satisfacción el cliente como fin último de nuestra actividad diaria.

## 3. POLÍTICA DE CALIDAD

La calidad de los servicios guarda una relación directa con la satisfacción y relación duradera con los clientes. Por ello la Política de Calidad de Grupo Marktel se ha orientado hacia la excelencia de los servicios.

El sistema general de Calidad de Grupo Marktel se encarga de implantar y promulgar estas buenas prácticas en materia de Calidad:

- ✚ **Selección y Formación del Personal:** Calidad de Selección para mejorar la adecuación del Personal al perfil requerido. Calidad en Formación continua para asegurar la precisión de los conocimientos. Esta formación se personaliza según el tipo de servicio y la operativa, sin que exista una formación standard, ya que cada servicio y cada cliente

tienen unas necesidades diferentes y requieren que el personal tenga distintas cualificaciones.

🔄 **Relaciones Comerciales:** Calidad en las relaciones con Clientes desde el inicio y especialmente durante la prestación de servicios.

🔄 **Satisfacción del Cliente:** Calidad en la orientación a la Excelencia.

🔄 **Prestación de Servicios:** Calidad en los servicios y alineamiento estratégico con nuestros clientes colaboradores.

🔄 **Desarrollo de Aplicaciones:** Calidad en el desarrollo interno de herramientas de trabajo para mejorar la gestión de los servicios. Dentro del Grupo Marktel, su principal empresa Marktel Servicios de Marketing Telefónico, S.A. está certificada en Calidad ISO9001:2008 por AENOR desde el año 2005.

#### 4. NORMATIVA VIGENTE

Grupo Marktel cumple sin excepción alguna la normativa vigente en materia de calidad:

🔄 Estamos certificados por Aenor desde el año 2005 de la ISO 9001:2008.

🔄 Aplicamos los estándares laborales vigentes en las regiones en las que operamos.

#### 5. POLÍTICAS INTERNAS DE GESTIÓN

Cada una de las políticas internas que se definen en nuestra entidad, tienen como objetivo último la

satisfacción de los clientes y la relación duradera con éstos.

Por ello nuestros algunos de nuestros ejes internos de actuación son:

🔄 Concienciar al área comercial, y responsables de servicios que tan importante es prestar atención a las necesidades de nuestros clientes, como a su filosofía de empresa.

🔄 Otros de los puntos en los que trabajamos arduamente es en la definición de políticas y estrategias más socialmente éticas.

🔄 Por último aunamos esfuerzos para crear un entorno empresarial favorable a las nuevas ideas y la innovación empresarial.

*Algunas de las **ACCIONES** que lleva a cabo Grupo Marktel para lograr la satisfacción y velar por relaciones de larga duración con los clientes son:*

#### 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

En Grupo Marktel, hemos apostado por la implantación de varios **canales de comunicación** tanto internos como externos, para abogar por mensajes directos, claros y transparentes. De esta manera, podemos aminorar el tiempo de respuesta velando por el correcto funcionamiento de los servicios y por consiguiente la satisfacción de nuestros clientes por nuestra **atención personalizada**.

Con estas medidas se propicia la eficiente resolución de incidencias en el desenvolvimiento de los servicios y se aporta rápidas respuestas a las dudas, incidencias o inquietudes que nuestros clientes nos puedan plantear.

En nuestra relación con los clientes estos canales se han focalizado principalmente en el área comercial, responsables de servicio, nuestra aplicación de incidencias, nuestro email y teléfono de atención al cliente y las encuestas de satisfacción.

## 2. ACCIÓN SOCIAL

A través de nuestras acciones formativas ayudamos a preparar y formar a nuestros empleados para su inserción en los servicios, aportando a nuestros clientes candidatos con gran valía y aptos conocimientos para el desempeño de sus funciones.

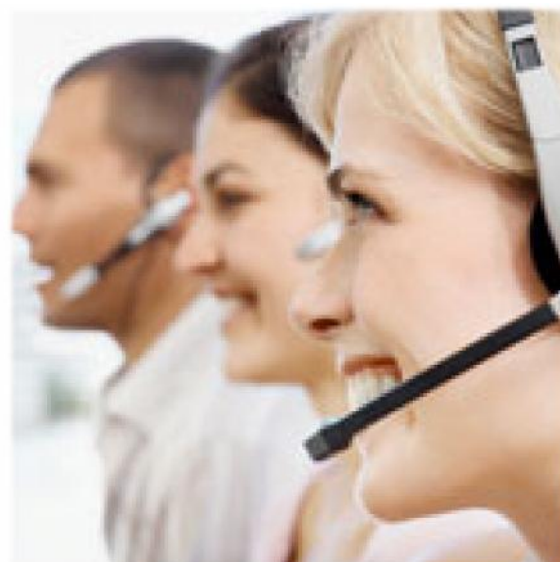
## 3. ACCESIBILIDAD A NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la actualidad, y como objetivo para el 2014, estamos trabajando en la mejora de la accesibilidad de nuestros productos y servicios para los clientes.

Para ello estamos ampliando el equipo destinado al seguimiento de postventa, para mantener informados y actualizados en todo momento a nuestros clientes.

Así mismo, estamos reestructurando los contenidos de la web, para el fácil uso de la misma y ágil acceso

a la información que nuestros clientes necesiten, en especial los servicios que ofrecemos en todo el Grupo.



Los **INDICADORES** que utiliza Marktel para medir el grado de satisfacción que puede aportar o que está ofreciendo al cliente son:

## 1. GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Grupo Marktel ha desarrollado aplicaciones y herramientas propias para la gestión de incidencias en los servicios que ofrece.

Con ello pretendemos mejorar los tiempos de respuesta ante incidencias que paralice la actividad en el servicio.

Las incidencias registradas por personal que se encuentra prestando servicio a cliente, sin duda, tienen prioridad máxima para su resolución.

## 2. AUDITORÍAS

Las auditorías sirven también para comprobar la satisfacción que podemos aportar a los clientes, ya que si ofrecemos calidad, nuestros clientes van a estar satisfechos y van a continuar requiriendo nuestros servicios.

Para ello es necesario, poner a prueba el nivel que aplicamos de tecnología, de calidad, de formación, de seguridad y de gestión.

---

## TRANSPARENCIA EN EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD CON CLIENTES

---

La Organización debe contribuir a cumplir todos los requisitos de calidad establecidos legalmente, así como los criterios del cliente, con el objetivo de lograr la excelencia en los servicios prestados y la satisfacción el cliente como fin último de nuestra actividad diaria.

En el Código Ético de Grupo Marktel tenemos establecido como objetivo primordial aportar transparencia al cliente en el ejercicio de la actividad. Toda la información que transmitimos desde la Organización ha de ser clara y veraz.

Para ello se han establecido unas pautas de conducta que han de guiar a todos los integrantes de la Organización en su relación con el cliente:



- È Honestidad y respeto.
- È Información verídica.
- È Actuaciones hacia el cliente sinceras y transparentes.
- È En el caso de detección de errores o contradicciones en la información suministrada, se deberá informar al cliente, aportando soluciones y asumiendo las responsabilidades derivadas de dichos fallos de información.
- È Las comunicaciones de mercado que realice la Organización deberán estar guiadas por los principios de veracidad y honestidad.



## TRATAMIENTO ÓPTIMO DE LAS BASES DE DATOS DE CLIENTES (LOPD)

En cumplimiento con la legislación vigente, Grupo Marktel, ha puesto en marcha una serie de medidas para mantener la confidencialidad de la información a la que tienen acceso sus empleados. Esta seguridad también se aplica a los sistemas tecnológicos que permiten resguardar y proteger la información buscando la manera de mantener la confidencialidad, la disponibilidad e integridad de la misma.

En Grupo Marktel, todos los trabajadores en la firma de su contrato reciben una carta en la cual se compromete a guardar absoluta confidencialidad en la custodia y tratamiento de datos, sancionando expresamente su uso indebido, divulgación, interrupción o destrucción no autorizada.

Así se reconoce que, en el momento en que intervenga en el tratamiento de datos de cualquier Fichero con datos confidenciales deben:

- È Conocer y cumplir la Política Corporativa de Seguridad de la Información, sus normas y procedimientos de seguridad.
- È Conocer y aplicar las medidas de seguridad recogidas en el documento de seguridad y resto de manuales de seguridad que afecten a su actividad.
- È Conocer las consecuencias de su incumplimiento, pues cualquier violación de las normas podrá devenir en una acción disciplinaria, así como en las acciones legales necesarias, si fueran pertinentes.

Para realizar un seguimiento de la aplicación de esta estricta política, llevamos a cabo auditorías en materia de seguridad de la información como lo son la ISO 2701 y la PCI.



## GRUPO DE INTERÉS



## EMPLEADOS

El capital humano, es uno de los factores más importantes para la prestación de servicios de máxima calidad.

Grupo Marktel está sensibilizado con el respeto de los 10 Principios del Pacto Mundial y los principios de no discriminación recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Por ello, gestiona el talento, la formación y el desarrollo de nuestros empleados sin desvincularlo del cumplimiento real de los estándares laborales y los derechos inherentes a las personas, sin excepción alguna.

Todas nuestras empresas disponen de un plan de RRHH definido entorno a los valores personales de nuestros empleados, para alentarlos a su desarrollo personal y profesional, lo que tiene un impacto directo en la calidad y excelencia de los servicios, la satisfacción de nuestros clientes, y por ende un gran beneficio para nuestra Organización.

---

## INSERCIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD (LISMI)

---

*Para la aplicación de **POLÍTICAS** para promover la inserción laboral de personas con discapacidad, Grupo Marktel ha creado la Fundación Progres y un Centro Especial de empleo para aplicar:*

### 1. POLÍTICA RSE

Los valores y principios de actuación del Grupo en base a los compromisos adquiridos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, recoge entre uno de sus principios la Igualdad. Para alcanzarla, se establece en nuestra Política de RSE, la aplicación de criterios de selección respetuosos que evitan la discriminación por discapacidad.

### 2. CÓDIGO ÉTICO

En nuestro Código Ético se recogen las distintas actividades que realizamos desde nuestra entidad para favorecer la inserción de personas con discapacidad.

A través del Centro Especial Tutelar y la Fundación, se ofrece formación y empleo a personas que, a pesar de su discapacidad, pueden desarrollar de

una manera óptima, una actividad profesional dentro de nuestro Grupo.

Hemos participado en el Proyecto DISCATEL que desde su constitución pretende aprovechar la progresiva implantación en España del sistema del teletrabajo, para proporcionar empleo a personas con discapacidad física o sensorial, con graves problemas de movilidad o domicilio en zonas apartadas/rurales, que quieran/puedan/sepan trabajar como Agentes de Contact center.

Con la integración laboral de personas con discapacidad, no sólo pretendemos cumplir con una responsabilidad corporativa con la sociedad, sino que apostamos firmemente, por las cualidades personales y profesionales de dichas personas, para el ejercicio de la profesión de atención al cliente.

### 3. POLÍTICA Y PLAN DE IGUALDAD

Grupo Marktel ha implantado una Política de Igualdad consistente en la aplicación de criterios de selección respetuosos, para censurar la discriminación por discapacidad que no tenga repercusión en el desempeño.

### 4. VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El voluntariado corporativo lo conforman las acciones sociales que ha emprendido Grupo

Marktel para la involucración y participación de nuestros empleados en los proyectos del Centro Especial Tutelar y de la Fundación Progres, para luchar contra la discriminación por discapacidad. Hemos puesto en marcha esta política desde el convencimiento de que las empresas pueden cambiar la sociedad implicando a sus empleados en causas solidarias. Además, el voluntariado corporativo:

- ☞ Tiene un impacto excelente en la comunicación interna.
- ☞ Genera orgullo de pertenencia.
- ☞ Desarrolla habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.
- ☞ Incrementa el compromiso del empleado en la empresa.
- ☞ Promueve nuevas competencias entre los trabajadores.
- ☞ Mejora la imagen corporativa.
- ☞ Fomenta una visión integral de la empresa por parte de los empleados.
- ☞ Posibilita la difusión en medios de comunicación.

De cara a 2014, Grupo Marktel tiene como objetivo formar parte de Pymes Solidarias. Esta es una iniciativa para pymes que facilita el acceso y participación de los empleados de estas empresas en las actividades y programas de voluntariado corporativo. El objetivo es la integración socio-laboral de infancia y juventud en riesgo de

abandono escolar y jóvenes emprendedores a través fundamentalmente de la formación y el fomento del emprendimiento.



Otra acción solidaria en la que nuestros empleados participan activamente, es en la campaña navideña de recogida de alimentos no perecederos.

Todos los elementos que recojamos se destinarán a la Fundación Funderética, cuyo objeto es propulsar la reflexión ética en nuestra sociedad y constituir un centro de formación, reflexión e investigación de la Filosofía Moral, desde los criterios que proporcionan la dignidad de la persona y de los valores que le son inherentes.

El éxito de esta iniciativa es notable, y por ello para el año 2014 pretendemos extender estas acciones a la recogida también de ropa y juguetes.

Las **ACCIONES** que llevamos a cabo para la inserción laboral de personas con discapacidad son:

## 1. TALLERES

Realizando talleres, bajo el lema “*Sensibilización Interna sobre No Discriminación e Igualdad de Oportunidades*” para censurar la discriminación por discapacidad que no tenga repercusión en el desempeño.

## 2. FORMACIÓN

Impartimos formación para la empleabilidad de colectivos con riesgo de exclusión social, habiendo tenido un muy buen resultado entre las personas que han recibido la formación y las que han tenido acceso a un empleo.

A pesar de la complejidad del mercado laboral en los últimos años, en el año 2013, hemos colaborado con el Centro Especial de Empleo para la incorporación de varios de sus usuarios a la empresa ordinaria, viéndose con ello cumplido uno de los objetivos más importantes del Centro.

## 3. ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Grupo Marktel ha firmado un acuerdo de colaboración con la Fundación Progresía y su Centro Especial de Empleo para dar un contenido social a nuestra actividad, y así poder ofrecer formación y empleo a personas con discapacidad.

Por ello, desde el Centro Especial Tutelar, se ha desarrollado un Plan de Igualdad para favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad.

En este Plan de Igualdad, se contemplan la firma de Acuerdos de Colaboración con más de 20 asociaciones y/o fundaciones, a través de las cuales publicamos ofertas de empleo, colaboramos en la inserción de usuarios de las mismas en nuestro centro especial y a la inversa.

Véase más sobre la labor de la Fundación con la que colaboramos: <http://fundacionprogresia.org/>

Nuestros principales **HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO** son:

## 1. CUMPLIMIENTO REAL DE LA LISMI

Grupo Marktel supera el porcentaje de personal con discapacidad sobre el total de la plantilla no sólo en cumplimiento de la “Ley de integración social del minusválido”, sino también por respeto a la filosofía de nuestra Organización. El porcentaje del personal con discapacidad contratado en 2013 por Marktel es del 5,5%.

Además del cumplimiento del porcentaje establecido por la LISMI, Grupo Marktel, también toma otras de las medidas que la Ley permite para aquellas empresas que han justificado el imposible cumplimiento de la cuota establecida. Para ello,



colaboramos con el Centro Especial de Empleo y la Fundación Progreso, que son algunas de las medidas alternativas que la ley permite como opción.



## 2.COMISIÓN INTERNA DE CONTROL

Grupo Marktel, tiene un equipo dedicado exclusivamente a ayudar a la inserción laboral de personas con discapacidad y realizar seguimientos de su evolución y desempeño en los puestos de trabajo que se le han asignado. Esta herramienta permite hacer un seguimiento de la evolución de estas personas que tenemos contratadas en el desempeño de sus actividades y su desenvolvimiento en con sus compañeros. Realizar en la medida de lo posible un seguimiento más personalizado, ya que los grados y tipos de discapacidad son muchos, y no cada persona necesita la misma atención y ayuda.

## DISCRIMINACIÓN POR DISCAPACIDAD, GÉNERO, RAZA O EDAD

*Grupo Marktel ha considerado importante hacer extensibles las **POLÍTICAS** implantadas para evitar la discriminación en la inserción laboral de personal con discapacidad comentadas en el punto anterior, también a las discriminaciones por género, raza o edad.*

Para ello mostramos nuestro apoyo y nos hemos puesto en contacto con la Fundación Progreso; para colaborar con su principal objetivo; la



Integración social y laboral de personas con discapacidad, mujeres mayores de 45 años, colectivos en riesgo de exclusión y violencia de género y sensibilización de la sociedad de que toda persona que quiera, puede desempeñar las funciones que le son atribuidas indiferentemente del sexo, raza, edad o discapacidad.

Los resultados de la aplicación de estas políticas se reflejan en el 5,5% de personal con discapacidad y

más del 50% de personal femenino en nuestra plantilla.

*Grupo Marktel en colaboración con el CET y la Fundación Progresía ha puesto en marcha unas **ACCIONES** para poner en funcionamiento las políticas de no discriminación:*

Estas acciones generalmente son lúdicas y deportivas, sin otro objetivo que la sensibilización interna de todos los que conformamos Marktel.

Además, apoyamos las acciones formativas y acciones rehabilitadoras tanto física como psicológicas, que el CET, ha puesto en marcha para la empleabilidad de colectivos con riesgos de exclusión.

Algunas de las acciones han sido sesiones de:

- ✚ “Motivación: introducción al pensamiento positivo”
- ✚ “Con qué género te quedas (Taller de Habilidades Sociales y Asertividad)”.

*Existe una **HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO** en materia de discriminación por discapacidad, género, raza o edad consistente en un canal de denuncia de cualquier comportamiento susceptible de considerarse discriminatorio o vejatorio. Este canal consiste en una dirección de email, por la cual, cualquier trabajador del Grupo, puede denunciar cualquier conducta que observe en el entorno*

*laboral y que pueda ser considerada discriminatoria. Para que nuestros empleados no se sientan cohibidos para denunciar estas conductas, estos emails se escriben y se reciben de forma anónima.*

*Hasta la fecha no hemos recibido ninguna denuncia relativa a discriminación en ninguna de nuestras empresas, por lo que entendemos que las Políticas implantadas en materia de no discriminación por motivos de raza, sexo, edad, o discapacidad están siendo efectiva. Podríamos concluir que, que las denuncias recibidas, hasta el momento ninguna, serían nuestro **INDICADOR DE SEGUIMIENTO**.*

---

## FORMACIÓN COMO MEDIO PARA MEJORAR LA PROFESIONALIDAD DE LOS EMPLEADOS

---

*Nuestras **POLÍTICAS** en materia de formación se recogen en:*

### 1. POLÍTICA RSE

A través de nuestra Política de RSE, hemos implantado la formación como elemento fundamental para el desarrollo de la plantilla. Al confeccionar el Plan Anual de Formación se realiza

un detallado estudio de las áreas de mejora detectadas por cada uno de los Responsables de Área. Así se priorizan aquellas acciones formativas que tienen una repercusión directa en la mejora del desempeño de los empleados, sin olvidar aquellas formaciones que puedan mejorar competencias que se requieran en puestos de mayor responsabilidad. De esta manera, no sólo se cumple con la política de mejora continua que caracteriza a Grupo Marktel, sino que también se apoya el Plan de Carrera de los trabajadores con mayor potencial.

## 2. POLÍTICA DE RRHH

En Marktel consideramos que la Formación es una pieza clave para que los servicios se presten de una manera eficaz. Cada una de las acciones formativas que diseñamos, en colaboración con el Departamento de Operaciones, tiene como principal objetivo facilitar a nuestros trabajadores las herramientas más adecuadas para desempeñar su labor de la manera más eficiente. Es prioritario definir claramente qué es lo que se espera de cada trabajador y cuál es nuestro compromiso con la calidad. Además de los contenidos teóricos, en nuestras formaciones se incluye el entrenamiento en las técnicas para alcanzar los objetivos establecidos en el servicio y se establecen las bases del trabajo en equipo que se requiere para conseguirlos. Nuestro equipo de formadores está integrado por profesionales de la comunicación con amplia experiencia en el sector y gran vocación

docente. Su alto grado de especialización les permite hacer aportaciones siempre orientadas a lograr la máxima productividad en cada servicio. La estrecha colaboración entre las áreas de Operaciones, Formación y Calidad permite alinear las pautas de trabajo con los objetivos del proyecto, de manera que se sume cada esfuerzo en beneficio de la marcha del servicio. Durante la trayectoria laboral de un trabajador, el área de formación está siempre presente ofreciéndole el apoyo necesario para alcanzar un correcto desempeño. Al poner en marcha un nuevo proyecto, Marktel elabora un Plan de Formación específico y consensuado con nuestros clientes, que se comparte con todas las Áreas implicadas. El área de Formación y Calidad de GRUPO MARKTEL, será quien se encargue de esta gestión, asignando un Técnico de Formación y Calidad, que será vinculado a la cuenta, como responsable de impartir la formación inicial y la formación de reciclaje necesaria para mantener los conocimientos.

## 3. POLÍTICA DE CALIDAD

Grupo Marktel considera que la formación tiene un impacto directo en la Calidad de sus servicios, tanto es así que en conformidad a nuestra Política de Calidad, realizamos cursos al inicio de cada servicio, para procurar que los empleados tienen los conocimientos necesarios para el desempeño de su trabajo.

Así mismo, realizamos evaluaciones continuas para garantizar que los conocimientos de nuestro personal no merman.

Las **ACCIONES** para poner en funcionamiento estas políticas son:

## 1.KIT DE BIENVENIDA

GRUPO MARKTEL ha desarrollado un Plan de Acogida como parte fundamental de la política de Comunicación Interna de la Compañía, con él se pretende dar a los trabajadores recién incorporados una herramienta que favorezca su integración y desempeño en el puesto de trabajo. Como primer contenido al comenzar la formación que recibe cualquier nuevo trabajador de GRUPO MARKTEL, se incluye el Plan de Acogida que consiste en una exposición con el siguiente contenido:

1. **Presentación de Grupo Marktel:** Información general sobre las empresas que forman parte de GRUPO MARKTEL.
  - È Ubicación de los diferentes departamentos y de las plataformas.
  - È Organigrama de la empresa.
  - È Principales clientes y tipos de servicio que se presta para cada uno de ellos.
  - È Agenda con los interlocutores de referencia y sus teléfonos de contacto.
  - È Normativa de la plataforma (gestión de descansos, vacaciones, justificantes requeridos

ante posibles ausencias, interpretación de las nóminas...)

- È Directrices para el cumplimiento de la normativa en materia de LOPD.
- È Recomendaciones para la Prevención de Riesgos Laborales.
- È Información práctica (normas de uso de zonas de descanso, transporte público disponible para llegar al centro...)

2. **Presentación de la Estructura del Servicio** (mandos, dimensiones, objetivos).

3. **Entrega del Manual de Bienvenida.** Este protocolo de bienvenida se revisa periódicamente para garantizar que la información que se facilita a los trabajadores les permita adaptarse más eficazmente a su puesto de trabajo. De esta manera se trata de disminuir la incertidumbre que provoca cualquier situación novedosa y se ofrece una imagen de la Compañía que genera confianza y mejora el bienestar.

## 2.FORMACIÓN

Son diversas las acciones formativas que llevamos a cabo:

- È Impartimos una formación inicial, con la que se pretende repasar conocimientos, ponerse al día con actualizaciones e impartir conocimientos necesarios para contribuir a la consecución de los objetivos de negocio. Estas formaciones varían según la operativa del servicio que se

vaya a prestar y sus contenidos suelen consistir en cursos de televenta, de atención al cliente, de y gestión de las aplicaciones informáticas. Estas formaciones pueden tener una duración de hasta dos semanas dependiendo del servicio que se vaya a prestar.

Independientemente de las formaciones obligatorias que impartimos, ofrecemos un listado formativo con un sin fin de cursos a los que nuestros empleados pueden acceder de forma gratuita y que guardan relación con su actividad.

Así mismo realizamos cursos de actualización y ampliación de conocimientos trimestralmente para mantener la calidad en nuestros servicios.

Durante la prestación de los diferentes servicios, pasamos unos tests a nuestros empleados con el fin de cerciorarnos de que nuestros empleados tienen en todo momento los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones que le han sido asignadas con la máxima calidad. Cuando nuestros empleados no obtienen calificaciones satisfactorias en estos exámenes, procedemos a realizar unos cursos de reciclaje, para reforzar los conocimientos que necesitan nuestros empleados, para el desarrollo de su actividad laboral.

Por último, indicar que colaboramos con el Centro Especial Tutelar ofreciendo formación a personal con discapacidad, para que puedan

desarrollar de una manera más óptima su actividad profesional.

Así mismo, apoyamos la iniciativa del CET de conceder formación de orientación laboral a personas con discapacidad.



### 3.PLAN DE CARRERA

Todos los planes de carrera de los empleados de las empresas del Grupo, llevan intrínsecamente una formación personalizada en función de las necesidades de los empleados, para que les permitan continuar con el desempeño de sus funciones y alcanzar sus objetivos una vez está dentro de la compañía. Esta formación continua, consistente en cursos de actualización y ampliación de conocimientos, tiene por tanto como finalidad, la de acompañar a nuestros empleados en su desarrollo profesional, alentándoles a la superación y progresión en su entorno de trabajo.

Las **HERRAMIENTAS** que hemos puesto en marcha son:

## 1. BUZÓN DE SUGERENCIAS

Hemos puesto a disposición de nuestros empleados buzones de sugerencias a través de los cuales pueden hacer llegar sus peticiones, sugerencias, incidencias, etc.

Para facilitarles la comunicación, estos escritos se pueden presentar de forma anónima si el trabajador así lo prefiere.

## 2. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Con las encuestas de satisfacción pretendemos conocer la opinión de nuestros trabajadores, especialmente en relación con la formación que les impartimos.

Además estas encuestas nos sirven para tener en cuenta la perspectiva de nuestros empleados sobre las condiciones de trabajo y su percepción sobre los mandos y los compañeros.

La finalidad de estas encuestas es detectar áreas de mejora y orientar la toma de decisiones para que tenga un impacto positivo en el día a día de los trabajadores.



El **INDICADOR DE SEGUIMIENTO** por el que nos regimos en Marktel en materia de formación es:

## 1. EVALUACIÓN CONTINUA

Con una periodicidad trimestral y anual, los empleados vinculados a un servicio, realizan las pruebas de certificación de conocimientos, para garantizar que todo el personal tiene el nivel adecuado para prestar un servicio de calidad.

La evaluación de conocimientos es tipo test e idéntica en contenido y ponderación para todos los empleados que estén en un mismo servicio, y se actualizan constantemente.

Según los conocimientos que tengan que alcanzar nuestros empleados, debido a las exigencias del servicio; se establece para cada prueba un sistema de evaluación y medición de objetivos, quedando asignado un baremo de resultados consensuado con Operaciones que suele rondar el 85% de respuestas correctas.

En caso de que un trabajador no haya respondido bien al menos el 85% de las preguntas del test:

➤ Se definirá en colaboración con Coordinación y el Responsable de Calidad y Formación, un plan de mejora personalizado que se ejecutará en un plazo mínimo de 3 días, para reforzar las áreas de mejora identificadas.



➤ Tras la finalización del reciclaje, el agente volverá a realizar la certificación de conocimientos, para con el fin de acreditar que los empleados han adquirido los conocimientos necesarios para la prestación de un servicio de máxima calidad.

En los supuestos en los que un empleado obtenga en dos certificaciones consecutivas una valoración inferior al 85% de respuestas correctas, Marktel llevará a cabo las siguientes medidas:

- Se apartará al empleado temporalmente de la prestación del servicio.
- Se realizará cuantas acciones de reciclaje sean necesarias, hasta garantizar que el nivel de conocimientos del empleado supere el mínimo establecido.

---

## SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

---

Grupo Marktel ha definido una **POLÍTICA** en materia de Salud y Seguridad en el lugar de trabajo.

### 1. POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Desde Grupo Marktel, somos conscientes de que la protección de los trabajadores frente a los Riesgos Laborales exige una actuación que tienda a mejorar las condiciones de trabajo para elevar el nivel de seguridad, buscando la creación de una verdadera cultura preventiva mediante la promoción de la educación y de la formación en dichas materias, en todos los niveles de las organizaciones empresariales.

De esta manera, la Prevención de los Riesgos Laborales pasa a convertirse en parte integrante de la gestión de las empresas de Grupo Marktel y parte muy importante tanto por los graves efectos que acompañan a los accidentes y enfermedades laborales, como por las graves consecuencias sociales, económicas y empresariales que derivan de los mismos.

Por todo ello, Grupo Marktel se compromete seria y decididamente a aplicar a todas las actividades de

las empresas que lo forma una Política de Prevención de Riesgos Laborales que se mejora y actualiza de forma continua.

La responsabilidad en la gestión de la Prevención de los Riesgos Laborales, incumbe a toda la Organización, desde Presidencia hasta el último trabajador, y para ello la empresa pone al servicio de la política de prevención todos los medios que resulten necesarios.

El objetivo de dicha política es alcanzar el mayor nivel posible de seguridad y salud en el trabajo, con el fin de proteger la integridad y salud de los trabajadores, teniendo como pilares de esta política: la evaluación de riesgos laborales, la planificación de las actividades preventivas, y la participación de los trabajadores.

Las **ACCIONES** para poner en funcionamiento esta política son:

## 1. FORMACIÓN P.R.L

La formación en Prevención de Riesgos Laborales que impartimos a los trabajadores que se incorporan a cualquiera de nuestras instalaciones, es una formación acorde al puesto de trabajo que van a desempeñar; y se imparten en una modalidad a distancia.

En el caso de los teleoperadores, el curso impartido hace referencia a *“Pantallas de Visualización de Datos”*, dado que es un curso destinado a evitar la

fatiga visual y los malos hábitos posturales, asociados al uso de pantallas de visualización de datos.

Con el presente curso, se dan pautas concretas para corregir posturas, prevenir dolencias musculares y disminuir fatiga mental y visual.

Como complemento a esta formación y atendiendo a los sectores de actividad en los cuales nos movemos, se organiza periódicamente un curso denominado *Escuela de Espalda*.

Dicho curso proporciona a nuestros trabajadores, los conocimientos y habilidades necesarias que les permitan alcanzar y mantener un óptimo estado de salud para su espalda, evitando la aparición de nuevos episodios dolorosos, que incrementen el riesgo de cronicidad o incapacidad.

Para evitar desplazamientos, se desarrolla en nuestras propias instalaciones a cargo de profesionales especialmente cualificados en esta materia, en las que se facilita información sobre diferentes aspectos relacionados con la patología vertebral.

Asimismo, se da entrenamiento preciso para adquirir unos ciertos hábitos posturales y se entrega un programa específico de ejercicios de columna, destinado a conseguir un mejor estado funcional y un estilo de vida más saludable para el trabajador/a.

Según los estudios e investigaciones realizadas, la patología de espalda es la responsable de más del 17% de las bajas por accidente de trabajo y ocasiona más del 50% de las jornadas perdidas de incapacidad temporal.

Por último y en consonancia con el compromiso adquirido por la empresa para que todos los trabajadores estén suficientemente informados y formados para evitar cualquier riesgo que afecte a su seguridad y salud, se organiza el curso denominado *Escuela de Voz*.

Es un curso destinado a que el empleado conozca y descubra la voz, aprenda técnicas para mejorar su utilización en el trabajo y en su vida cotidiana y prevenga la aparición de patologías derivadas del mal uso.

Se imparte en nuestras propias instalaciones donde un profesional sanitario da las claves para el cuidado de la voz.

## 2. PROMOCIÓN DE LA SALUD

Debido a nuestra preocupación por el bienestar de nuestros empleados, ponemos a su disposición varios servicios gratuitos consistentes en:

👉 Facilitamos una tarjeta sanitaria a todos nuestros trabajadores, que les da acceso a una red de especialidades sanitarias con descuentos sobre sus tarifas. La red incluye especialidades

como: odontología, oftalmología, óptica, audición, psicología, podología...etc.

👉 Infosalud. Es un servicio, de asesoramiento médico para resolver las posibles dudas o consultas que pudieran tener nuestros trabajadores en relación al informe médico recibido tras realizarse su reconocimiento o examen de salud.

Se accede a través de una línea telefónica gratuita, atendida por un equipo de profesionales médicos formados específicamente en programas de atención al cliente.

La explicación de los parámetros de la analítica clínica, de las exploraciones complementarias o de las recomendaciones médicas recibidas son algunos ejemplos de las respuestas que el trabajador puede obtener a través de este servicio. La confidencialidad está garantizada, ya que se establece un riguroso protocolo de identificación del trabajador, mediante claves de acceso y solicitud de datos previos.

👉 Descarga del examen de salud. Se pone a disposición de los trabajadores que se realicen el reconocimiento médico de la empresa, un nuevo servicio en Internet al que podrán acceder de manera gratuita con el fin de obtener de forma rápida y segura la información clínica recogida en su reconocimiento médico.

Este servicio es una herramienta útil para el trabajador dado que dispondrá de un espacio exclusivo para almacenar la información de todos sus exámenes de salud realizados.

La **HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO** que utilizamos en materia de Prevención de Riesgos Laborales, se trata de un desarrollo propio.

Grupo Marktel ha desarrollado una aplicación interna que nos ayuda a disponer de forma inmediata de información tal como:

- Avisos y notificaciones de asistencias sanitarias por accidentes de trabajo.
- Bajas médicas y altas de procesos profesionales, comunes y Riesgo de Embarazo y Lactancia.
- Relación de accidentes sin baja ya cumplimentada.
- Informes mensuales y anuales de procesos asistenciales.
- Informes mensuales y anuales de costes de absentismo.
- Informes y gráficos de absentismo.
- Informes y gráficos de siniestralidad por los periodos de tiempo que le indiquemos a la aplicación.

*Por todos los datos que nos facilita la herramienta, gráficas y porcentajes de los datos que necesitemos;*

*nos servimos de ellos como **INDICADORES DE SEGUIMIENTO**.*

Los datos obtenidos en 2013 han sido realmente satisfactorios, porque en lo que se refiere a siniestralidad en los puestos de trabajo, tenemos un total de 2,36% entre todas las empresas del Grupo, mientras que en el resto de empresas que operan en nuestros mismos sectores tienen una media del 21,98%.

---

## IDENTIFICACIÓN DEL EMPLEADO CON LA ENTIDAD

---

Bien es cierto que la diferencia entre tener que hacer lo que se debe hacer, y querer hacer lo que se tiene que hacer viene marcada por el Compromiso del Empleado. Y es que esta identificación del personal con la filosofía organizacional repercute directamente en las actitudes y comportamientos asumidos por los empleados y facilita el logro de objetivos.

Desde Grupo Marktel gestionamos la fidelización para crear un vínculo de lealtad por el cual el trabajador desea permanecer con nosotros y llegue comprometerse con los objetivos de la Organización. Y es que, el hecho de que el empleado esté integrado por completo en nuestra Organización incide tanto en la voluntad de permanencia como en el esfuerzo que el Empleado está dispuesto a hacer para aumentar su esfuerzo y nivel de contribución en la Organización.

*Para la consecución de este objetivo, hemos puesto en marcha la siguiente* **POLÍTICA Y ACCIONES DE FIDELIZACIÓN:**

È Hemos elaborado unos Manuales de Acogida que facilitan a integración de los nuevos

Trabajadores a la empresa. Entre sus líneas, estos Manuales presentan la Identidad Corporativa y el Sistema de Valores de la Organización, permitiendo así al trabajador conocer las tareas y las expectativas en su desempeño, agilizando su adaptación y productividad en el puesto de trabajo y reforzando una impresión favorable de la empresa.

È Hemos diseñado un Sistema de Compensación y Beneficios para generar compromiso. Estas políticas retributivas apoyan las estrategias de negocio, orientan a los equipos hacia su logro y a su permanencia en el proyecto empresarial. Este compromiso de continuidad va a depender de la percepción que tiene el empleado en relación con lo que recibe del trabajo, los costes personales que le supone el trabajo y los costes añadidos al abandono de la empresa.

È Hemos creado un Sistema de Valoración y Gestión del Desempeño que integran objetivos, valores del negocio y consecución de resultados asegurando objetividad en el reconocimiento según la contribución y compromiso de las personas a la Organización.

È Se les facilita el acceso a formación gratuita según las inquietudes de cada empleado.

È Facilitamos y promovemos la conciliación familiar a todo empleado que lo solicite.

È Así mismo, se concede flexibilidad horaria a aquellos empleados que por motivos justificados no puedan compatibilizar por el horario sus

responsabilidades laborales con las personales. Además se les facilita la elección de turnos y jornadas, según se adecue a sus necesidades.

Con estas acciones pretendemos crear:

- Una identificación de nuestro personal con los valores y la filosofía de la empresa. Queremos que nuestros empleados muestren una fuerte convicción y aceptación de los objetivos y valores de la Organización, estén dispuestos a realizar esfuerzos en beneficio de la Organización, preocuparse por los problemas de la empresa y deseen de permanecer en ella.
- Un sentimiento de lealtad a la empresa motivado por presiones de tipo cultural o familiar.



Nuestro mejor **INDICADOR DE SEGUIMIENTO**, es la poca rotación que hay en nuestros puestos de staff, teniendo los empleados una media total de 8 años en las distintas empresas que integran Grupo Marktel.

Si bien es cierto que la alta rotación de los empleados que prestan servicios hace sombra a esta magnífica cifra, también lo es, que estamos buscando soluciones. Por ello, aquellas personas que hayan tenido un excelente desempeño en los servicios, se les intenta hacer un hueco en nuestra plantilla de staff, a pesar de que no siempre es posible.



## GRUPO DE INTERÉS



## SOCIOS / ACCIONISTAS

Grupo Marktel destaca la importante labor que llevan a cabo los socios de la Organización para el desarrollo del negocio en todos sus ámbitos. Independiente de las responsabilidades y funciones que se les haya asignado o no a cada uno, es importante resaltar el respeto que demuestran en cada una de sus actuaciones hacia los 10 Principios del Pacto Mundial. Para los socios/accionistas de Grupo Marktel, la Responsabilidad Social Corporativa, no es un mero cosmético, sino que creemos profundamente que una gestión empresarial basada en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, el respeto del medio ambiente y el cumplimiento de la legislación vigente en los países en los que prestamos servicios; reporta los mejores resultados.

Además del respeto incondicional a los Derechos Humanos, a los estándares laborales, al medio ambiente y a la anticorrupción, a nuestros socios les preocupa la Calidad que aportamos en nuestros servicios, ya que la entendemos como el mejor aval para cualquier negocio. Por ello, desde Grupo Marktel, la gestionamos para orientarla en todo momento a la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

## SATISFACCIÓN DE EXPECTATIVAS

Las **POLÍTICAS** que versan sobre las acciones implantadas para la satisfacción de expectativas son:

### 1. CÓDIGO ÉTICO

El Código Ético y de Conducta Empresarial de GRUPO MARKTEL define y ayuda a entender las normas de conducta comerciales adecuadas y los requisitos de cumplimiento. Además, el Código hace hincapié en la necesidad de que se manejen todos los aspectos comerciales de una forma honesta y ética, además de promover la gestión ética de conflictos actuales o aparentes entre los intereses personales y profesionales. Nuestros principios son los siguientes:

1. Honestidad e Integridad
2. Conflictos de interés
3. Uso de Información y Recursos de la Empresa
4. Cumplimiento Legal
5. Lugar de trabajo seguro y profesional
6. Denuncias de mala conducta y formulación de consultas

### 2. POLÍTICA RSE

Nuestra Política de RSE, nos indica las pautas que ha establecido Grupo Marktel para guiar éticamente todas sus prácticas de negocio para la satisfacción de expectativas. Estas conductas han de mostrar:

- È Respeto con los derechos humanos en las relaciones con empleados, clientes, proveedores, accionistas y comunidades locales.
- È Reconocimiento de que las costumbres, tradiciones y prácticas locales pueden ser distintas.
- È Respeto de las leyes y costumbres locales a la vez que las regulaciones y leyes internacionales, en particular las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo sobre estándares de trabajo.
- È Rechazo del uso de trabajos forzados.
- È Rechazo del uso de trabajo infantil asegurando que los procesos internos son coherentes con este rechazo.
- È Rechazo de la discriminación de cualquier tipo y apuesta por la diversidad.
- È Fomento de unas condiciones de trabajo flexibles para promover un equilibrio entre la vida personal y profesional.
- È Promoción de la formación y el desarrollo personal de los trabajadores.

- È Respeto por la libertad de asociación.
- È Respeto a las leyes de Salud y Seguridad Laboral en el entorno de trabajo y en las relaciones con proveedores.
- È Confidencialidad de la información a la que tienen acceso, de acuerdo con las leyes aplicables.
- È Rechazo del soborno y la corrupción en el ejercicio de la profesión.
- È Sensibilización por el impacto medioambiental.
- È Promoción de políticas respetuosas con el medio ambiente, exigiendo lo mismo de sus proveedores.

Desde Grupo Marktel intentamos que nuestros proveedores y clientes también establezcan una Política de RSE, que les guíe a llevar a cabo una gestión ética, honesta y respetuosa.

Los **INDICADORES DE SEGUIMIENTO** que hemos puesto en marcha para la gestión financiera de nuestro Grupo empresarial son:

## 1. INFORMES

Grupo Marktel dispone de informes periódicos para llevar un control de los estados financieros de nuestras compañías, con el objeto de detectar posibles deficiencias y adoptar medidas correctivas a tiempo en caso de que sea necesario. Para ello, se les pide a los socios/accionistas, transparencia en la información y objetividad.

## 2. OBJETIVOS ANUALES

Los órganos de gobierno y de coordinación son los responsables de organizar los objetivos a alcanzar para los próximos ejercicios.

Para ello, han de valerse de información verídica de la situación de la empresa, para poder trazar los objetivos sensatos y alcanzables, cumpliendo y respetando en todo momento los estándares legales vigentes.

## 3. CUENTAS ANUALES

Las cuentas anuales es sin duda el indicador de seguimiento más fiable, ya que en éstas vemos si se han visto satisfechas las expectativas de los socios/accionistas.

El resultado de estas cuentas anuales es trascendente para realizar un análisis de situación y comprobar el resultado de las estrategias definidas en el pasado. Son un indicador del grado de cumplimiento, así como del grado de acierto y a su vez nos permite modificar y mejorar dichas estrategias para los años siguientes.

Sin duda, es elemental la transparencia y veracidad de la información y que ésta fluya entre todos los socios y accionistas. Así mismo, las cuentas anuales, refleja la gestión de los administradores sobre los activos, pasivos y patrimonio de nuestra Organización, y si ésta ha sido responsable.

## GRUPO DE INTERÉS



## COMUNIDAD

Es firme el compromiso de Grupo Marktel de alcanzar sus objetivos, honrando los principios éticos y respetando a las personas, las comunidades y el medioambiente. Para lograrlo, gestionamos todos los procesos de negocio que tengan repercusión en la sociedad, tomando decisiones que balanceen de modo justo las demandas de todos los grupos de interés.

Los valores que nutren la filosofía corporativa de Grupo Marktel para lograr el éxito son:

- |                               |                       |
|-------------------------------|-----------------------|
| È Compromiso                  | È Conducta ética      |
| È Voluntariado                | È Desempeño ambiental |
| È Beneficios para la sociedad | È Adaptabilidad       |

## INVERTIR EN LAS GENERACIONES DEL FUTURO

*Para contribuir y ser solidarios con generaciones futuras Grupo Marktel ha implantado las siguientes*

### POLÍTICAS:

#### 1. POLÍTICA DE MEDIOAMBIENTE

Grupo Marktel en materia medio ambiental se obliga a respetar y a cumplir con sus objetivos y líneas estratégicas, sobre protección y conservación del entorno en todos los ámbitos de la actividad económica del Grupo.

La prioridad en materia ambiental es disminuir los impactos sobre el entorno, orientando las actuaciones hacia la minimización de consumos de electricidad, mejor aprovechamiento de la energía, reducción del consumo de papel, la optimización del consumo de agua y la correcta gestión de los residuos.

Con estas acciones pretendemos promover la sostenibilidad medioambiental para ser solidarios con generaciones futuras.

#### 2. POLÍTICA DE ACCIÓN SOCIAL

Nuestra empresa entiende la RSC como el compromiso de lograr el éxito comercial adoptando formas que honren los valores éticos y el respeto por las personas, las comunidades, el medioambiente y por tanto generaciones del futuro, conduciendo las expectativas legales, éticas, comerciales y otras que la sociedad tiene de los negocios, y tomando decisiones que balanceen de modo justo las demandas de todos los grupos de interés.

Para darle a la RSE la dimensión adecuada, el GRUPO MARKTEL se nutre de un conjunto de elementos que se resumen en Compromiso, Voluntariado, Beneficios para la sociedad, Conducta ética, Desempeño ambiental y Adaptabilidad, materializándolos en nuestro Código de Conducta y divulgándolos tanto al personal interno de la Organización en todos sus niveles, como a nuestros clientes.

Los objetivos que se ha propuesto Grupo Marktel son:

- Generación de empleo con salarios justos y estabilidad laboral.
- Aplicación de la conciliación de la vida laboral y familiar de sus empleados.
- Ingreso de los impuestos que correspondan.
- Proporcionar formación a sus empleados para que desarrollen al máximo su potencial y talento.

- ✚ Facilitar el acceso a cursos que ayuden al empleado a completar su formación global y personal.
- ✚ Incorporar al mundo laboral minorías con alguna dificultad en la búsqueda de empleo (inserción social, personas con discapacidad, etc.)
- ✚ Preservación del medio ambiente, reduciendo el consumo de recursos naturales, evitando el despilfarro energético, la polución y vertidos.
- ✚ Colaboración con proyectos comunitarios (acción social), a través de la formación gratuita, patrocinios y otros.
- ✚ Fomentar el voluntariado corporativo, colaborando en proyectos que contribuyan a mejorar el bienestar social.
- ✚ Como valor añadido nuestra empresa potencia en colaboración con la Fundación Progres, todas las acciones anteriormente comentadas, contribuyendo activa y voluntariamente al mejoramiento social y cultural, empleando parte de sus beneficios en esta tarea.



Las **ACCIONES** que hemos emprendido desde Grupo Marktel para colaborar con la sociedad y las generaciones venideras son:

### 3. EDUCACIÓN MEJOR Y MÁS ACCESIBLE

Desde Grupo Marktel partimos de la convicción de que formar a personas va a suponer un impacto directo en la mejora del rendimiento en su desarrollo personal y profesional. Por ello en colaboración con el CET y la Fundación Progres, apostamos firmemente por acciones formativas mediante:

- ✚ Cursos de formación para el estudio.
- ✚ Ayudas a la formación y actividades de orientación laboral.

Estas formaciones suelen consistir en cursos de iniciación al telemarketing y a la atención al cliente.

### 2. SALUD MEJOR Y MÁS ACCESIBLE

En el año 2013 Grupo Marktel ha apoyado las acciones que ha puesto en marcha la Fundación Progres para contribuir a mejorar el bienestar de nuestros empleados y de la sociedad. Estos servicios han consistido:

- ✚ En talleres de rehabilitación física en el marco sanitario que fueron de utilidad para la mayor parte de nuestros trabajadores, tanto para rehabilitar lesiones ya existentes, como para



prevenir lesiones como consecuencia de malos hábitos posturales.

🔸 Servicios de Rehabilitación Psicológica, a través de los cuales se prestan atención psicológica con el propósito de mejorar la calidad de vida y contribuir en el desarrollo personal de los participantes. Estos servicios de rehabilitación psicológica se han llevado a cabo:

**1. Mediante reuniones de seguimiento**

**individuales.** Son sesiones individuales que organiza el psicólogo de nuestro Centro Especial Tutelar con cada trabajador para conocer su nivel de satisfacción y posibles dificultades personales o laborales. La frecuencia de dichas sesiones suele ser habitualmente mensual, aunque si el caso lo requiere, dicha frecuencia puede ser mayor, encontrándose este servicio a disposición de los usuarios.

**2. Mediante actividades grupales:** Más allá del seguimiento personalizado que se realiza con cada uno de los trabajadores por parte del psicólogo que forma parte de la unidad de apoyo del centro; anualmente, organizamos talleres prácticos donde pretendemos trabajar de manera grupal diversas habilidades psicosociales que sean especialmente significativas para la mayor parte de los usuarios.

Así es como Grupo Marktel ha entendido que puede aportar su granito de arena a la sociedad en cuanto a salud más accesible para todos.

### 3. INVERSIÓN Y ACCIÓN SOCIAL

El compromiso de Grupo Marktel con la comunidad, no sólo se ciñe al respeto de los Derechos Humanos y la Igualdad, sino que va más allá; queremos contribuir al desarrollo, progresión y sostenibilidad de la sociedad.

Para ello, hemos firmado acuerdos de colaboración con entidades sociales sin ánimo de lucro con mismos fines, y realizado las siguientes acciones:

- 🔸 Talleres de concienciación ciudadana sobre la importancia de cuidar el medio ambiente, haciendo un uso responsable de la energía y recursos naturales no renovables; talleres de género, de sensibilización en materia de discriminación de cualquier tipo, con la finalidad de sensibilizar a los asistentes y lograr la difusión de estos mensajes a la sociedad.
- 🔸 Realizamos formaciones y actividades de orientación laboral.
- 🔸 Convenios de colaboración con empresas para realización de trabajos o prácticas tutorizadas en empresas.
- 🔸 Bolsa de empleo de personas con discapacidad o pertenecientes a colectivos en riesgo o situación de exclusión social.

- È Difusión y apoyo a las iniciativas y programas que faciliten la incorporación de las personas al mundo laboral.
- È Colaboración con otras entidades sin fines lucrativos, cuyo objetivo sea la integración social y laboral.
- È Realización de actividades de carácter cultural y social que favorezca el crecimiento personal.

#### **4. COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES**

Grupo Marktel, ha renovado los acuerdos de colaboración firmados con la Universidad Carlos III y con la Universidad Rey Juan Carlos.

Estos acuerdos tienen como finalidad, facilitar el acceso de estudiantes de ambas universidades a puestos de trabajo en prácticas en empresas colaboradoras.

Durante 2013 hemos tenido a tres estudiantes desempeñando funciones en nuestras oficinas centrales en los departamentos de legal, de contabilidad y de administración de personal, de los cuales uno de ellos al finalizar su contrato en prácticas, ha sido contratado por Grupo Marktel, ayudando de esta manera a la inserción laboral de los jóvenes recién licenciados.

## GRUPO DE INTERÉS



## MEDIO AMBIENTE

Nuestra Organización trabaja para mantener un medioambiente cuidado y limpio, implementando procesos destinados a tal fin, con el objetivo de mejorar las prestaciones de la empresa y garantizar su sostenibilidad.

Para ello, gestionamos todos nuestros centros tomando como referencia las normativas vigentes en materia Medioambiental.

La razón de ser fundamental de este sistema es la de establecer, unificar e implantar criterios y modos de actuación respetuosos con el Medio Ambiente. Esto implica además, la definición periódica de objetivos y metas medioambientales, para asegurar el cumplimiento de la legislación medioambiental y materializar el firme compromiso de la Dirección de una mejora continua a efectos medioambientales.

También asumimos un claro compromiso de información, tanto externa como a nuestro personal interno, a la vez que establecemos las acciones de formación adecuadas para que la protección medioambiental sea un elemento más del desarrollo de nuestras actividades.

## IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS AMBIENTALES DEL ENTORNO DÓNDE OPERAMOS Y USO TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS CON EL MEDIOAMBIENTE

Las **POLÍTICAS** desarrolladas en materia medioambiental son:

### 1. POLÍTICA DE MEDIOAMBIENTE

Nuestra Política Medio ambiental recoge nuestras bases de actuación para ser responsables con el entorno, para que la realización de nuestra actividad siempre se produzca en un marco de desarrollo sostenible.

Basamos nuestra Política Medioambiental en una serie de principios básicos, que abarcan desde la aplicación de tecnología para la preservación de los aspectos medioambientales en el diseño y desarrollo de productos, instalaciones y procesos, hasta tener en cuenta que los proveedores atiendan a las buenas prácticas medioambientales que les afecten, promoviendo así su compromiso respecto al Medio Ambiente.

Para nosotros, es también muy importante formar adecuadamente a nuestros empleados, para fomentar su responsabilidad con el Medio

Ambiente, por lo que desarrollamos acciones de formación para ayudar a conseguir este objetivo.

Todo esto queda recogido en la Política Medioambiental de Grupo Marktel.

### 2. CÓDIGO ÉTICO

En nuestro Código Ético recogemos como uno de los valores principales de la compañía el desarrollo sostenible.

Nuestras metas y objetivos medioambientales, establecidos en base a nuestro compromiso de mejora continuada respecto al Medio Ambiente, contemplan los siguientes aspectos:

- 🔄 Minimización de emisiones atmosféricas y vertidos.
- 🔄 Reducción del consumo de energías y otros recursos naturales.
- 🔄 Minimización de la generación de residuos asegurando su correcta gestión.
- 🔄 Cumplimiento absoluto de la normativa medioambiental aplicable.
- 🔄 Minimización del riesgo medioambiental que pudiera derivarse de nuestras instalaciones.

Basándonos en ellos, y dentro del Sistema de Gestión Medioambiental implantado, cada año

definimos una serie de objetivos de mejora concretos, cuyo grado de cumplimentación es evaluado de forma sistemática por la Dirección.

### 3. POLÍTICA DE RECICLAJE

Grupo Marktel ha implementado medidas de reciclaje en conformidad con las regulaciones ambientales.

En la actualidad, hemos implantado una Política de reciclaje en todos nuestros centros y entornos dónde operamos. Para ello hemos puesto a disposición de nuestros empleados puntos de recogida de reciclaje (papel, pilas...) cercanos a sus puestos de trabajo. De esta manera reciclamos nuestros residuos generando valor social para las comunidades en las cuales estamos insertos y alentamos a nuestros empleados a colaborar.

Así mismo, desde Grupo Marktel trabajamos para sensibilizar a nuestros proveedores, y clientes hagan uso responsable de los recursos consumibles, y de las consecuencias de consumos medioambientales y energéticos insensatos.

### 4. POLÍTICA DE REDUCCIÓN DE CONSUMO

En cumplimiento de nuestros objetivos y líneas estratégicas, la protección y conservación del entorno y el consumo energético responsable, son

valores que tenemos en cuenta en todos los ámbitos de la actividad económica del Grupo.

Nuestra prioridad en materia medioambiental, es disminuir los impactos sobre el entorno, orientando las actuaciones hacia la minimización de consumos de electricidad, mejor aprovechamiento de la energía, reducción del consumo de papel, la optimización del consumo de agua y la correcta gestión de los residuos.

*En la actualidad las **ACCIONES** que ha emprendido Grupo Marktel en materia medioambiental son:*

- È Implantación de sistemas de iluminación basada en ecotubos y lámparas de bajo consumo, ya que son energéticamente más eficientes y menos peligrosos para el medio ambiente.
- È Uso máximo de iluminación natural.
- È Mantenimiento de los sistemas de climatización para evitar la pérdida de aire acondicionado y calefacción y disminuir así los consumos de energía.
- È Medición de los niveles de ruido para contribuir a reducir este impacto, nocivo para trabajadores y ciudadanos.
- È Gestión de residuos y especialmente los tóxicos.
- È Sensibilización de nuestro entorno mediante carteles y correos electrónicos alusivo al medio ambiente.

- Uso de videoconferencias para reducir las reuniones e indirectamente la emisión de gases de Co2.
- Aumentar la difusión de la existencia de tecnologías respetuosas con el medio ambiente y mejorar la eficiencia energética.
- Inversión en el desarrollo de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Además, queremos empezar a impartir seminarios de concienciación y sensibilización medioambiental. Estas actividades grupales van a ayudar a todos los asistentes a contribuir con la ecosostenibilidad, ya que van a facilitar consejos para aplicar en nuestra vida cotidiana que van a repercutir directa y positivamente en el desarrollo sostenible.

*Grupo Marktel se sirve del consumo de recursos y de energía como principal y más fiable indicador de seguimiento de las medidas adoptadas.*

*Tras la aplicación de nuestras políticas, hemos conseguido reducir en un 7'3% el consumo de recursos y energía en cada puesto de trabajo.*

Los **INDICADORES DE SEGUIMIENTO** para comprobar nuestros progresos en la implantación de políticas medioambientales son:

## 1. AUDITORÍAS

En Grupo Marktel estamos llevando a cabo auditorías tanto internas, como externas.

En éstas, uno de los aspectos que se someten a análisis, son los efectos que sobre el Medio Ambiente provocan las actividades de nuestras empresas durante sus servicios.

Por ejemplo, realizamos auditorías del sistema eléctrico que ayudan a optimizar el consumo. Este tipo de auditorías nos ayudan a optimizar el consumo por zonas y detectar las áreas donde la iluminación artificial es deficiente o aquellas donde hay exceso para conocer los valores reales de consumo, para acometer objetivos de reducción de uso energético.

## 2. EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS MEDIOAMBIENTALES

Los mecanismos de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales los estamos basando en el control de ratios de consumo de papel, de energía y resultados de las auditorías.



## USO DE PAPEL EN LA ENTIDAD Y CONTROL DEL MATERIAL IMPRESO

Las **POLÍTICAS** desarrolladas para reducir el consumo de papel y llevar un control del material impreso son:

### 1. POLÍTICA DE MEDIOAMBIENTE

En la Política de Medio Ambiente, Grupo Marktel, recoge algunas prácticas responsables que se han implantado en todas nuestras instalaciones para optimizar el uso de papel, y que a su vez pueden incitar a nuestros empleados a ponerlas en práctica en sus hogares.

- ✎ Utilización de medios electrónicos para evitar el consumo innecesario de papel.
- ✎ Utilizar el papel por dos caras y reutilizar los sobres para el correo interno, con el fin de minimizar no sólo el empleo de papel sino reducir la cantidad de papel que se convierte en residuo.
- ✎ Evitar el despilfarro de papel en materiales promocionales, imprimiéndose éstos en papel reciclado.
- ✎ Compra de papel reciclado para las oficinas.

### 2. CONJUNTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA REDUCIR EL CONSUMO DE PAPEL

En las oficinas de Grupo Marktel se han colocado notas informativas de pequeñas acciones que ayudan a reducir el consumo del papel para alentar a nuestros empleados a colaborar con nuestro desafío. Para ello aconsejamos:

- ✎ Aprovechar ambos lados de la hoja al utilizar cuadernos o papel sucio.
- ✎ Depositar el papel en los puntos de reciclaje después de utilizar ambas caras.
- ✎ Fotocopiar e imprimir a doble cara.
- ✎ Evitar copias e impresiones innecesarias.
- ✎ No arrugar ni cortar en trocitos las hojas. Al hacerlo se rompen las fibras vegetales del papel y dificultan su procesamiento.

### 3. POLÍTICA DE IMPRESIÓN

En Grupo Marktel, estamos definiendo una Política de impresión con el fin de disminuir el consumo de tóner y papel.

Nuestro **INDICADOR DE SEGUIMIENTO** para comprobar nuestros progresos en la implantación de políticas medioambientales es principalmente:

## **1. CONSUMO DE PAPEL ANUAL EN KILOGRAMOS**

Desde Grupo Marktel, realizamos un seguimiento del volumen de consumo de papel en cada uno de nuestros centros de trabajo, intentando concienciar a los empleados de un consumo responsable de éste, pero aún quedan aspectos por perfilar para que este indicador sea más fiable y efectivo.

## GRUPO DE INTERÉS



## ADMINISTRACIÓN

Grupo Marktel se esfuerza por construir relaciones de confianza con la Administración Pública, prestando servicios de máxima calidad en sus colaboraciones.

Si bien es cierto que la Administración es un órgano de difícil acceso, esto no justifica que en ocasiones, las personas de negocios lleven a cabo prácticas poco éticas para la concesión de concursos o tratos de preferencia.

Desde nuestra Organización, condenamos este tipo de prácticas delictivas tipificadas por ley, y trabajamos para luchar contra la corrupción. Por ello, hemos puesto en marcha unos mecanismos de prevención de estas conductas, para defender un modelo de competitividad sostenible para nuestras empresas, basado exclusivamente en la calidad, transparencia y excelencia de nuestros servicios.

---

## RECHAZO CUALQUIER TIPO DE SOBORNO, TRÁFICO DE INFLUENCIAS Y CORRUPCIÓN

---

Las **POLÍTICAS** desarrolladas para reducir las conductas depravadas en el ejercicio de la profesión y en la contratación con la Administración Pública son:

### 1. CÓDIGO ÉTICO

El código ético de Grupo Marktel, fija las pautas de comportamiento que han de seguir los miembros de nuestra Organización en su relación con el resto de grupos de interés.

Estas conductas dirigen a nuestros empleados hacia la profesionalidad apartándoles del fraude, la corrupción y el soborno, la malversación de fondos y el procedimiento sobre entrega y aceptación de regalos.

Algunos de los comportamientos que exigimos a todos nuestros empleados en el desempeño de sus funciones son:

- È Actuar con responsabilidad. Nuestros empleados han de ser conscientes de que sí en el momento de su actuación delictiva están ligados profesionalmente a nuestra empresa, esto puede repercutir

negativamente en nuestro negocio, manchando la imagen de la Organización.

- È Transparencia. compromiso con los más altos estándares de gobierno corporativo y transparencia

- È Prohibición de regalos. Los empleados de nuestras empresas tienen prohibido ofrecer o conceder compensaciones, favores o pagos en efectivo o en especie, una medida que incluye los regalos, cuyo valor la gran mayoría menciona que debe ser simbólico o de cortesía.

*Ante la importancia de luchar contra la corrupción a todos los niveles, dirigimos algunas **ACCIONES** para hacer frente a los problemas relacionados con extorsión, soborno, tráfico de influencias, etc., tanto cuando surgen en el interior de la Organización, como cuando somos sujetos pasivos de los mismos*

### 1. COMITÉ DE ÉTICO

Si bien es importante, tratar este asunto en el Código Ético, más lo es, que exista un órgano creado específicamente para la aplicación, seguimiento y resolución de conductas corruptas, el Comité.

La comisión ética es un órgano creado

específicamente para resolver dudas sobre la interpretación del código, y que se encarga de su aplicación, revisión y actualización.

La comisión, creemos que va a ser el órgano encargado de recoger las denuncias e iniciar el procedimiento de información e investigación en caso con diligencia; y así mismo será el comité el competente para realizar un seguimiento y supervisión de los procedimientos de investigación de las actuaciones de soborno, tráfico de influencias y corrupción, y creemos.

## 2. FORMACIÓN

Grupo Marktel, quiere empezar a capacitar a sus empleados sobre la aplicación del código de conducta, los valores y los principios de la empresa, y sobre cómo actuar ante una situación de riesgo de soborno, tráfico de influencias o corrupción

De momento, estamos definiendo los contenidos de estas formaciones, y los ámbitos de más riesgo en el desarrollo de nuestra actividad, para alertar a nuestros empleados.

Además, en estas formaciones queremos concienciar a nuestros empleados a usar el canal de denuncias de forma responsable, es decir, actuando de buena fe, dando información sin malicia, sin considerar el beneficio personal y pensando de manera razonable que la información comunicada es veraz. Ya que cualquier empleado que haga,

consciente o negligentemente, declaraciones falsas o engañosas, o revelaciones que no son de buena fe puede ser objeto de acciones disciplinarias, de conformidad con las legislaciones aplicables.

Los **INDICADORES DE SEGUIMIENTO** que queremos implantar son:

## 1. CANALES CONFIDENCIALES DE DENUNCIA

Queremos implantar un canal de denuncia en el que se pueda prevenir prácticas ilegales e inapropiadas en nuestro personal y en nuestras operaciones. El sistema de denuncias va a estar a disposición del personal de la empresa y a disposición de nuestros Grupos de interés. Aún no hemos determinado quien será el administrador para garantizar la objetividad y confidencialidad del denunciante; pero sí que hemos decidido los medios a través de los cuales se harán dichas advertencias.

Estas vías para denunciar irregularidades de forma anónima serán: telefónicas, a través de la intranet, y por correo electrónico, etc.

Queremos destacar que estos organismos van a salvaguardar la confidencialidad del denunciante en todo momento.

