



INFORME DE PROGRESO 2014

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:

Una vez más nos toca renovar el compromiso que contrajimos con el Pacto Mundial y sus principios.

Seguimos manteniendo nuestro compromiso firme y leal con los Derechos que dignifican el trabajo de todo nuestro personal y reclamamos los obligaciones de todos hacia la Empresa que nos acoge y permite recibir una remuneración justa de nuestro trabajo.

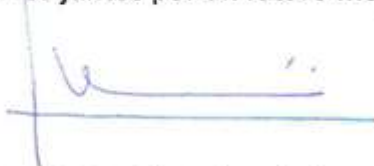
Nada es fácil, año tras año hay que sortear y resolver un sinfín de problemas y situaciones complicadas en un entorno tan cambiante como el que nos rodea.

Nuestro Grupo Empresarial avanza año tras año en la consecución de los objetivos fijados de conseguir estabilidad y calidad en el trabajo y dar viabilidad a las empresas que lo componen.

Nada de esto sería factible sin el apoyo y el esfuerzo de todos los trabajadores que forman el Grupo, a su comprensión ante las dificultades de un mercado tan competitivo y caótico.

Gracias a todos por ello.

Seguiremos juntos por un futuro mejor.



Fdo.: José Mª Horrillo López del Rey
Presidente

PERFIL DE IDENTIDAD

Nombre Completo (Razón Social)	Dirección	Tipo de Empresa
Marktel SMT	Calle Salvatierra,5 28034 Madrid	Gran Empresa
Sector	Dirección Web	Nº de empleados directos
Externalización de servicios Contact Center BPO	www.grupomarktel.com	2.000
Nº de Centros Operativos		Señas de identidad
7 Centros de Operaciones España y Portugal		Flexibilidad Especialización Calidad



Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

- Servicios de Atención al Cliente
- Programas de Contratación
- Programas de Fidelización
- Servicios de Recobro
- Servicios de Marketing
- Outsourcing Tecnológico
- Servicios Digitales
- Servicios BPO
- Otras Soluciones: Gestión documental, gestión logística, BackOffice y recursos Humanos.

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:** es nuestro principal grupo de interés ya que somos una empresa de servicios.
- **Empleados:** igualmente es otro de nuestros principales grupos de interés ya que es nuestro activo y recurso más importante.
- **Socios/accionistas:** controlan que haya una buena coordinación entre empleados y clientes.
- **Medioambiente:** es nuestra responsabilidad velar por el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental.
- **Sociedad Civil:** crear valor en las comunidades en las que operamos.
- **La Administración Pública:** es un grupo incipiente pero que con el tiempo cogerá peso.

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. Se está poniendo en

marcha la creación de un correo para que se puedan canalizar todas las sugerencias y solicitudes en materia de ética social que esperamos que se ponga en marcha en 2015.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.

Año 2014.

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^a 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 2014, Grupo Marktel ha tenido proyectos de colaboración con Organismos dependientes de las Naciones Unidas.

En la campaña de Navidad, se ha incorporado 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.

El proyecto al que iba dirigido fue al de los niños refugiados en África.

Esta iniciativa ha tenido muy buena acogida y se repetirá en años sucesivos para otras entidades sin ánimo de lucro.

A parte la entidad ha seguido desarrollando acciones de apoyo en relación a los principios que ésta defiende desde su Fundación Progres; 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 Progres, 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.

Se continúa con la labor de impartición de 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.

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.

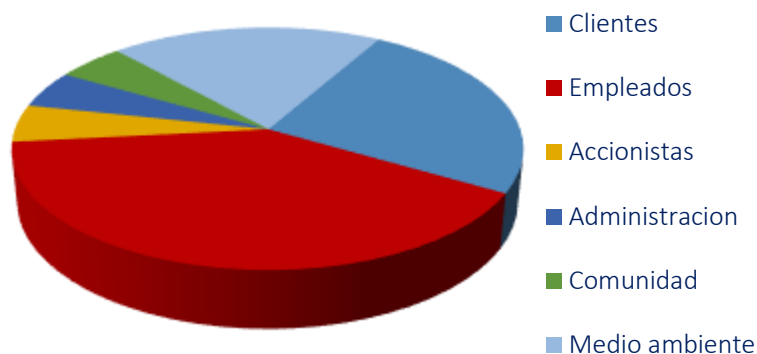


Indicadores de seguimiento: datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

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



DERECHOS HUMANOS



9

Desafíos u Oportunidades
contemplados

NORMAS LABORALES



8

Desafíos u Oportunidades
contemplados

MEDIOAMBIENTE



4

Desafíos u Oportunidades
contemplados

ANTICORRUPCIÓN



2

Desafíos u Oportunidades
contemplados

GRUPO DE INTERÉS



CLIENTES

Los clientes como grupo de interés son la razón de ser de nuestro negocio. Comprender, cumplir y anticiparnos a las expectativas de aquellos que utilizan nuestras soluciones, productos y servicios es parte fundamental de nuestra estrategia. Por lo tanto, valoramos el mantenimiento de una fuerte intimidad con nuestros clientes con el fin de identificar rápidamente las áreas de mejora, y utilizar métodos innovadores y tecnologías que nos permitan superar sus expectativas.

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.

Proporcionamos 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

Al ser una empresa de servicio nuestro deber es destacar en la calidad a todos los niveles tanto a nivel interno a través de nuestros empleados con nuestro buen hacer y a nivel externo para que esa calidad se refleje en una satisfacción por parte del cliente haciendo que los resultados sean óptimos.

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

1. CÓDIGO ÉTICO

En Grupo Marktél nos esforzamos no sólo por fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles, sino por trasladarla a todos y a 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.

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 Marktél 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 como cultura asumida por toda la Organización y referente de todas sus actividades. Calidad de servicio como sinónimo de excelencia y liderazgo empresarial.

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 excelentes en el ámbito del Contact Center, tomando como modelo basado en la Norma COPC.

- **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.
- **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.

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

Velamos por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias que nos apliquen, considerando además entre ellas las políticas y normativas internas. Proporcionamos información veraz, completa, oportuna y clara en las comunicaciones públicas de la Compañía. Competimos de forma íntegra en nuestros mercados. Consideramos que los consumidores y la

sociedad en general se benefician de mercados abiertos y libres.

En materia de Calidad en nuestra relación con los clientes:

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

3.POLÍTICA RSE

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

Nuestra Organización busca mejorar su desempeño competitivo y su valor corporativo, mediante el

perfeccionamiento de la función de calidad y mayores esfuerzos en responsabilidad social empresarial (RSE), como ejes articuladores para promover el bienestar de la sociedad. Para lograrlo, adoptamos y aplicamos diversas estrategias orientadas a mejorar la calidad de nuestros servicios, procesos, y las habilidades de nuestro talento humano.

En la práctica, mejorar la calidad e incrementar la RSE en la empresa no es una tarea fácil; para ello, es necesario un personal bien capacitado, orientado hacia la satisfacción de los usuarios y altamente comprometido con los valores corporativos.

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.



1. POLÍTICA DE SEGURIDAD

Por el tipo de actividad de nuestra Compañía, manejamos información personal de los clientes respetando siempre escrupulosamente la normativa prevista a tal efecto.

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.
- Informe de calidad certificado por el que se establece a un responsable de la política de seguridad y un equipo que vela por el cumplimiento de la normativa.

- 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.
- Se establece un responsable de fichero que se comunica a la Agencia de Protección de Datos para que el cliente tenga seguridad de que toda la información depositada en nuestra empresa se tratará con los mayores estándares de seguridad y siguiendo el protocolo establecido.

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. PLAN DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Resulta vital para todas las organizaciones implementar un Plan de Continuidad de Negocios para amortiguar y minimizar los efectos de la contingencia críticos, reduciendo el tiempo en la recuperación de la información, restaurando los procesos operacionales clave de sus recursos y

servicios de IT, ocasionadas por desastres que paralicen forzosamente la actividad, estableciendo los procedimientos a seguir para facilitar la continuidad de los servicios, causando el menor impacto en los mismos.

Nuestro principal objetivo en dicho sentido consiste en dotar a nuestra organización de un marco Organizativo, Tecnológico, Funcional y Operativo que garantice y asegure la continuidad de las funciones del negocio y mejore la disponibilidad global de los sistemas de información, en consonancia con los criterios de integridad, disponibilidad y confidencialidad en el tratamiento y gestión de la información de la Organización.

Grupo Marktel elabora e implanta para cada uno de sus proyectos, un sistema de gestión de continuidad de negocio específico atendiendo a los requerimientos y necesidades reales del servicio de nuestros clientes.

2. FORMACIÓN

En MARKTEL consideramos que la Formación es una pieza clave para que los servicios se presten de una manera eficaz. 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

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.

3. DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA

Grupo Marktel divulga periódicamente sus políticas de Calidad, de Respeto de los Derechos Humanos, Medio Ambiente, su Código Ético y RSE, acciones formativas y divulgativas en materia de seguridad y confidencialidad de los datos personales y conocimiento de la LOPD, 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.

4. REUNIONES DE EQUIPO

En Grupo Marktel, pensamos que el trabajo en equipo es la base fundamental para la consolidación y el éxito de un proyecto. Las reuniones de equipo son una herramienta valiosísima para alcanzar los mejores resultados y el logro de todos los objetivos, sin olvidar que con esto se da una integración de ideas, propósitos y metas organizacionales.

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 nuestro 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.



5. SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

En Grupo Marktel hemos implantado varios canales de comunicación con los clientes, 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 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. AUDITORÍAS LLEVADAS A CABO

El objetivo de las auditorías es la búsqueda e identificación de aquellos procesos, actividades o elementos que tengan una oportunidad de mejora con el fin de generar unas recomendaciones de optimización que lleven a dichas operaciones al cumplimiento de los estándares exigidos por la Compañía y a orientar su gestión a la permanente satisfacción de las necesidades de los clientes, así como a la eficiencia y rentabilización operativa y de costes.

Grupo Marktel realiza auditorías de forma constante, 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 de Aenor por el cumplimiento de la Normativa ISO 9001:2008 o las auditorías en materia de seguridad de la información con la Norma ISO 27001.

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.
- 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 con una periodicidad diaria, semanal, trimestral y anual para analizar y hacer un seguimiento de los servicios que estamos prestando. Este estudio se basa 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 nos 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.
- Valoración de la consecución de objetivos por Marktel.
- Valoración general del servicio recibido por Marktel.
- Aspectos de mejora.

3. AUDITORÍAS

Las auditorías nos ayudan 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:

- 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.
- Aplicando acciones preventivas para evitar posibles conflictos con clientes en el desarrollo de la prestación de un servicio.

→ A través de las auditorías se consigue solventar más del 40% de las incidencias detectadas.

SATISFACCIÓN Y RELACIÓN DURADERA CON EL CLIENTE

La satisfacción del cliente a largo plazo representa una garantía de fidelidad y de crecimiento. Grupo Marktel trabaja para responder a las realidades del mercado y a las necesidades de sus clientes, aspirando, cada vez más, a adelantarse a éstas.

Realizamos nuestro trabajo con compromiso y rigurosidad, aportando nuestro conocimiento y dilatada experiencia en la gestión de los servicios.

Creemos que el conocimiento del cliente resulta vital para tener una relación de largo plazo, debido a que sólo de esa manera la compañía se encontrará en la posición de satisfacer sus necesidades presentes y futuras. Debemos tomar en cuenta que el cliente basa sus decisiones en el nivel de intimidad que una compañía mantiene con él, es decir, que espera ser reconocido por el trato que ha habido entre ellos.

Además del amplio abanico de soluciones globales que Grupo Marktel ofrece, estas garantizan a los clientes la cobertura de sus necesidades en los distintos segmentos de mercado.

Grupo Marktel tiene una trayectoria avalada por la fidelidad de la cartera de clientes. Algunos de ellos con una antigüedad superior a 15 años en continuo crecimiento.

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.

Actuamos con transparencia e integridad para generar confianza. Poseemos una actitud basada en la comunicación, claridad y honestidad, siendo la base para construir relaciones de negocio duraderas en el tiempo. Nos caracterizamos por la práctica de lo razonable, lo justo y lo correcto.

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

Nuestro mayor compromiso es crecer junto a nuestros Clientes. En Marktel, trabajamos con una total orientación a ellos, adaptándonos a cada proceso para combinar nuestra experiencia con su necesidad, de manera que consigamos la máxima satisfacción.

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.

Estamos certificados por AENOR y todos nuestros procesos empresariales están orientados a perseguir la mejora continua y el cumplimiento de los compromisos adquiridos con nuestros clientes en toda nuestra organización.

El principal valor diferencial de los servicios prestados por Marktel reside en el compromiso que tiene toda nuestra organización, proponiéndose como meta y objetivo alcanzar la excelencia en la prestación de servicios a nuestros clientes.

Las bases fundamentales que nos permiten cumplir nuestro compromiso de calidad son:

- Una apuesta firme por las personas, creando el mejor ambiente y calidad de trabajo para lograr el mejor capital humano.
- Dotación tecnológica puntera para lograr la máxima optimización y control de los servicios.

- Orientación a cliente a todos los niveles de la compañía para establecer relaciones societarias que proporcionen beneficio a ambas partes. Nuestra organización trabaja en satisfacer las expectativas mediante un proceso de innovación constante y la orientación hacia la más alta calidad.

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

En Marktel, implantamos diseños de procesos, que ayudan a eliminar las barreras internas que dificultan las relaciones con el cliente y nos preocupamos en que todo el personal de la organización esté en constante formación, manteniendo al día los sistemas de trabajo, calidad y seguridad de la empresa.

A lo largo de los años de operación hemos demostrado que la relación con nuestros clientes es duradera, estable y rentable para ellos, afianzando nuestro compromiso, crecer juntos.

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.

La comunicación externa con los clientes es tan vital para la organización como la comunicación interna.

Cuando la persona trabaja en una empresa sólida, preocupada por los problemas sociales y que transmite una buena imagen social; en cierta medida se siente también realizada en su consideración social, incrementándose a asimismo, su sentimiento de pertenencia.

La Comunicación Interna de MARKTEL con sus trabajadores, tiene como objetivo facilitar los

procesos de cambio, mejorar la relación entre los mandos y sus equipos, reforzar la sintonía que existe entre las diferentes áreas y hacer llegar a todos los trabajadores la visión de negocio y la cultura de nuestra compañía. Para ello, define los siguientes canales de información o herramientas y su seguimiento en el tiempo:

- Manual de bienvenida: cada vez que hay una incorporación en la empresa
- Buzón de sugerencias/Intranet: se revisan y se contestan todas las dudas y sugerencias que hacen los trabajadores
- Reuniones periódicas: trimestrales
- Encuestas de Clima laboral: anuales

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.

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.

Todos nuestros clientes tienen acceso a la información más relevante a través de nuestra página web y por otro lado, una Newsletter corporativa es enviada a los mismos periódicamente, para “ponerles al día” de toda la actividad del mercado laboral, así como de las novedades acontecidas en nuestra empresa, entre ellas todas las relacionadas con las políticas de RSC.

2. FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Grupo Marktel tiene el compromiso y objetivo de 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.

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.

En este sentido, realizamos comunicaciones periódicas a nuestros clientes informando de las labores de voluntariado social corporativo y divulgamos la importancia de contratar a personal con discapacidad o discapacidades distintas.



3. ACCESIBILIDAD A NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la actualidad, y como objetivo para el 2015, 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 del mismo 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 al 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:

- Honestidad y respeto.
- Información verídica.

ACCIONES:

- Actuaciones hacia el cliente sinceras y transparentes.
- 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.

- Las comunicaciones de mercado que realice la Organización deberán estar guiadas por los principios de veracidad y honestidad.

Herramientas:

- Informes de seguimiento de detección de errores e incidencias en los programas informáticos.
- Informes de auditoría externos como indicador de la veracidad de la información transmitida.
- Subcomités de seguimiento interno de revisión de información veraz y fiable.

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

Respetamos la normativa relativa a la protección de datos personales española de Protección de Datos (AEPD).

Para poder atender a nuestro cliente de forma óptima, y para poder dirigirnos a él, ya sea para fines comerciales o en el marco de la relación contractual, es esencial que contemos con una base de datos en perfecto estado, que contenga datos actualizados, fiables, no duplicados y completos respecto a nuestro cliente.

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:

- Conocer y cumplir la Política Corporativa de Seguridad de la Información, sus normas y procedimientos de seguridad.
- Conocer y aplicar las medidas de seguridad recogidas en el documento de seguridad y resto de manuales de seguridad que afecten a su actividad.
- 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 las Normas ISO 27001 y 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.

En el ejercicio 2014, la estructura vinculada a operaciones, responsables de área, responsables de servicio, han recibido formación específica en materia de RSE mediante un curso mixto (a distancia y presencial) en esta materia, dada la relevancia que tiene para la Compañía.

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.

ACCIONES:

- 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.
- Tenemos firmados diferentes acuerdos de colaboración con entidades y asociaciones que trabajan con colectivos en riesgo de exclusión.

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.

Tal y como el Grupo se había marcado como objetivo para 2014, Marktel se ha adherido activamente a la iniciativa del Pacto Mundial **“Pymes solidarias”** la cual persigue poner los medios necesarios para que las pequeñas y medianas empresas del país tengan a su alcance oportunidades de voluntariado corporativo.



En una primera fase se realiza en colaboración con la Fundación Tomillo, que presta los recursos materiales y los proyectos de voluntariado, sin coste para las empresas participantes.

El proyecto se basa en formación teórico/práctica enfocada al fomento de las vocaciones profesionales y el desarrollo de capacidades emprendedoras en sectores con especiales dificultades de inserción socio-laboral.

Los colectivos beneficiados serán por un lado, emprendedores, y por otro, menores y jóvenes en riesgo de exclusión o de abandono escolar.

Cumpliendo con este compromiso, tres trabajadores de Grupo Marktel han participado como voluntarios en el curso que Fundación Progres ha impartido a

favor de un grupo de jóvenes de Norte Joven (entidad dedicada a la inserción laboral y social de personas en riesgo de exclusión social).

El último día de formación, los alumnos visitaron las instalaciones de Grupo Marktel observando in situ, el ambiente de trabajo de un call center y cómo es el día a día de un teleoperador.

Lo descrito, es una muestra más, de que las actividades con fines sociales, donde se promueve la colaboración de voluntarios trabajadores de Grupo Marktel, cada vez cuentan con una mayor participación y acogida por parte de la plantilla.

En esta misma línea Grupo Marktel fue invitado a participar en la 57 Jornada Corresponsables, que se celebró en la sede del ICO, en Madrid.

En la mesa participaron tres empresas del programa “Pymes Solidarias”. Livia Horrillo, responsable del Departamento de RSC de Grupo Marktel, afirmó que “gracias a la buena acogida del proyecto por parte de nuestros empleados nos hemos dado cuenta de lo necesarias que son este tipo de iniciativas y de la falta que hacían en nuestra organización”.



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 2014, hemos continuado 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, tal y como ya sucediera en el ejercicio anterior 2013.

3. ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Grupo Marktel ha firmado un acuerdo de colaboración con la Fundación Progres 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://fundacionprogres.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 2014 por Marktel es del 6,8 %.

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 Progres, 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.

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 discapacidades comentadas en el punto anterior, también a las discriminaciones por género, raza o edad.*

Para ello mostramos nuestros apoyo y nos hemos puesto en contacto con la Fundación Progres; 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 6,8% de personal con discapacidad y más del 50% de personal femenino en nuestra plantilla.

*Grupo Marktel en colaboración con el CET y la Fundación Progresia 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 reconocen 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

Los Principios de gestión y de liderazgo en el Grupo describen el estilo de dirección y la cultura de empresa del grupo Marktel, en particular en lo que se refiere a las relaciones humanas. Su respeto impone comportamientos específicos que es necesario detallar en el presente documento.

Respeto y confianza son dos condiciones previas a una buena relación profesional.

Cualquier forma de intolerancia, de acoso o de discriminación será considerada como la expresión de una falta de respeto elemental y no será tolerada. Este principio debe ser aplicado a todos los niveles y en toda circunstancia sin excepción alguna.

La transparencia y la honestidad en las relaciones profesionales son condiciones sine qua non para toda comunicación eficaz.

Basándose en hechos y en un diálogo abierto, la transparencia es la única base sólida que permite una mejora continua.

A ello se añade una comunicación abierta destinada a compartir las aptitudes de cada uno y a estimular la creatividad. Esto es particularmente pertinente en una estructura horizontal en la que conviene transmitir sistemáticamente todas las informaciones a los que las necesitan para efectuar su trabajo correctamente. Sin ello, es imposible delegar eficazmente tareas o ampliar conocimientos.

Comunicar no significa únicamente informar, sino también escuchar y dialogar.

La disposición para cooperar y ayudar a los demás es un criterio requerido en la evaluación de candidatos potenciales a una promoción.

En caso de desacuerdo entre un empleado y su superior o entre un empleado y uno de sus colegas, cada cual debe poder ser escuchado de manera equitativa. El equipo de recursos humanos velará porque un desacuerdo sea tratado con imparcialidad y que cada parte pueda explicar su punto de vista, cualquiera que sea su nivel jerárquico.

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.
 - Ubicación de los diferentes departamentos y de las plataformas.
 - Organigrama de la empresa.
 - Principales clientes y tipos de servicio que se presta para cada uno de ellos.
 - Agenda con los interlocutores de referencia y sus teléfonos de contacto.

- Normativa de la plataforma (gestión de descansos, vacaciones, justificantes requeridos ante posibles ausencias, interpretación de las nóminas...)
- Directrices para el cumplimiento de la normativa en materia de LOPD.
- Recomendaciones para la Prevención de Riesgos Laborales.
- 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:

- 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.

En el ejercicio 2014 todas las empresas del Grupo han visto incrementado su staff, de forma estable, con la promoción de mandos intermedios provenientes de promociones internas dentro del plan de carrera Marktel.

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 19% de las bajas por accidente de trabajo y ocasiona más del 50% de las jornadas pérdidas 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.

En el ejercicio 2014 se han realizado diferentes cursos de primeros auxilios para reforzar los equipos de intervención, haciéndolo extensivo a aquellos mandos que han manifestado interés en su asistencia para poder manejar situaciones de urgencia en los diferentes centros de trabajo de las empresas del Grupo.

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 facilitan la herramienta, gráficas y porcentajes de los datos que necesitamos; nos servimos de ellos como **INDICADORES DE SEGUIMIENTO**.

Los datos obtenidos en 2014 han sido realmente satisfactorios, porque en lo que se refiere a siniestralidad en los puestos de trabajo, tenemos un total de 3,2% entre todas las empresas del Grupo,

mientras que en el resto de empresas que operan en nuestros mismos sectores tienen una media del 34,7%.

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 marcado 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**:

- Hemos elaborado unos **Manuales de Acogida** que facilitan la integración de los nuevos valores del negocio y consecución de resultados asegurando objetividad en el reconocimiento según la contribución y compromiso de las personas a la Organización.
- Hemos diseñado un **Sistemas 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.
- Acceso a **formación gratuita** según las inquietudes de cada empleado.
- Facilitamos y promovemos la **conciliación familiar** a todo empleado que lo solicite.
- 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.

En el año 2014 se han realizado diferentes acciones que han propiciado la vinculación y sentido de pertenencia satisfactoria del empleado entre las que destacamos las acciones del periodo navideño:

- **Campaña de recogida de alimentos:**

La campaña de recogida de alimentos promovida por Grupo Marktel ha culminado con la entrega, a las distintas asociaciones y parroquias, de 90 kilos entre comida y ropa y 150 juguetes donados por el personal del grupo.

A la vista de estas cifras, se puede afirmar que se han superado las cantidades entregadas durante el año pasado.

- **Campaña de recogida de juguetes**

Los representantes de las asociaciones de Madrid, Valencia y Elvas agradecieron la colaboración de los voluntarios y la organización de Grupo Marktel.

Gracias a esas entregas, se proporcionó alimentos y juguetes a muchas personas y familias carentes de recursos a través de varias asociaciones.

- **Concurso Tarjeta de Navidad**

Grupo Marktel convocó la Primera edición del Concurso de Tarjetas de Navidad en el que pueden participar todos los niños y niñas, hijos de personal Marktel, con edades comprendidas entre los 3 y los 14 años.

- **Acnur:**

Todos los años la Compañía coordina la logística en materia de Lotería de Navidad, en 2014 se incorpora la posibilidad de hacer un donativo con la compra del décimo. La cantidad recauda por los empleados fue duplicada por la Empresa y los fondos fueron entregados a Acnur (Agencia de la ONU para los Refugiados).

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.

CONCILIACIÓN VIDA PROFESIONAL Y PERSONAL

En nuestra empresa es mayor el porcentaje de mujeres que de hombres. Por lo tanto la empresa tiene como parte intrínseca las políticas que favorezcan esta conciliación.

ACCIONES:

- Reducción de jornada.
- Flexibilidad de horarios de entrada y salida
- Flexibilidad en las horas de lactancia
- Políticas que fomentan el teletrabajo (solo para ciertas áreas y personal de estructura)

HERRAMIENTAS:

No se ha creado una herramienta como tal para la realización de estas políticas pero si tenemos como **indicador** que el 80% de las tres primeras acciones se

están llevando a cabo. Estos controles se hacen a través de los informes que realiza el Dpto. de Administración de personal en base a las solicitudes que les van llegando de las diferentes trabajadores y las bajas por maternidad que se producen al año.



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:

- Honestidad e Integridad
- Conflictos de interés
- Uso de Información y Recursos de la Empresa
- Cumplimiento Legal
- Lugar de trabajo seguro y profesional
- 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:

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

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:



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:

1. 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 2014, 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.
- Difusión y apoyo a las iniciativas y programas que faciliten la incorporación de las personas al mundo laboral.
- Colaboración con otras entidades sin fines lucrativos, cuyo objetivo sea la integración social y laboral.
- Realización de actividades de carácter cultural y social que favorezca el crecimiento personal.

4. COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES

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

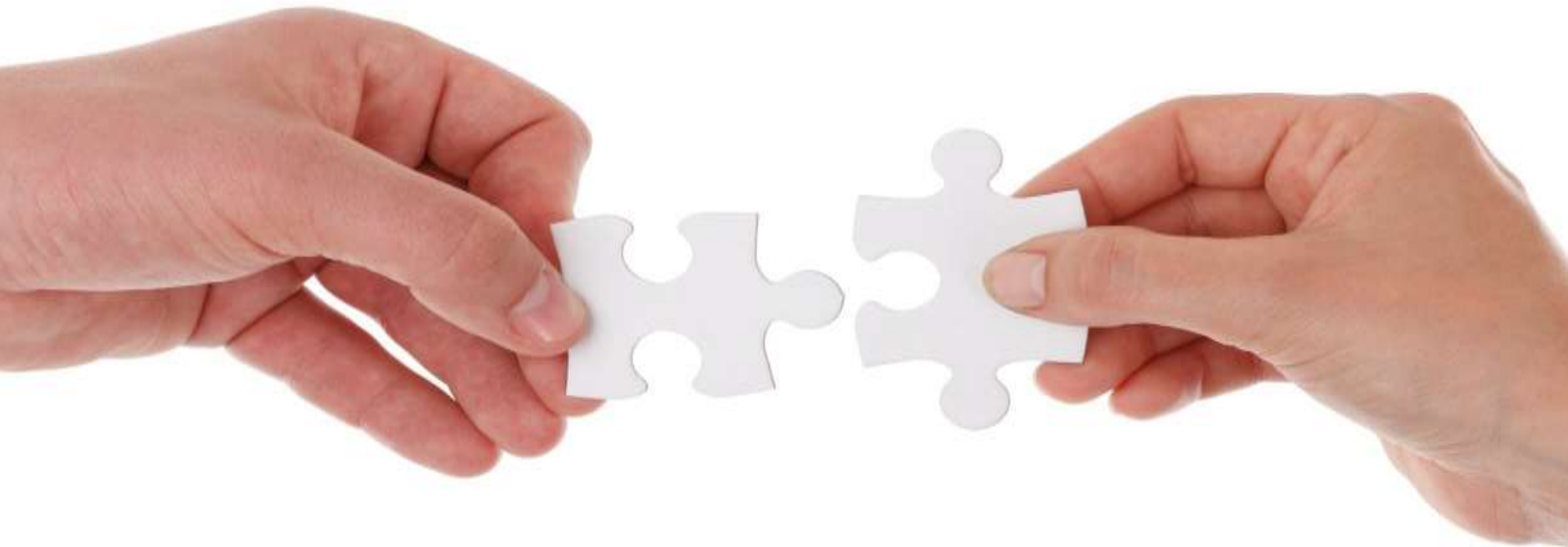
Estos acuerdos tienen como finalidad, facilitar el acceso de estudiantes de ambas universidades a puestos de trabajo en prácticas en empresas colaboradoras.

Durante 2014, 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 Marktél, ayudando de esta manera a la inserción laboral de los jóvenes recién licenciados.

A lo largo del año 2014, se han realizado diversas acciones formativas enfocadas a colectivos desfavorecidos, como personas con discapacidad, en riesgo de exclusión social, jóvenes desempleados, etc.

De estos cursos, hemos logrado incorporar a varias de esas personas, llegando a convertirse en personal estable de la empresa.



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 Marktél 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.

A lo largo del año 2014, hemos aumentado el uso de los puntos de recogida de papel. Todos los jefes de equipo han ido concienciando a los empleados para fomentar el uso de dichos puntos de reciclado de papel.

Así mismo, desde Grupo Marktél 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.

En todas nuestras plataformas existen puntos de reciclaje de tóner. El personal de Recepción controla que tras el uso de estos consumibles, se depositen en el punto correspondiente para su posterior recogida.

Destacamos que, tras un uso mucho más responsable de papel por parte de nuestros trabajadores, el consumo de tóner también se ha visto reducido; de este modo, indirectamente también colaboramos con el medio ambiente.

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 Marktél en materia medioambiental son:*

- Implantación de sistemas de iluminación basada en eco tubos y lámparas de bajo consumo, ya que son energéticamente más eficientes y menos peligrosos para el medio ambiente.
- Uso máximo de iluminación natural.

- Mantenimiento de los sistemas de climatización para evitar la pérdida de aire acondicionado y calefacción y disminuir así los consumos de energía.
- Medición de los niveles de ruido para contribuir a reducir este impacto, nocivo para trabajadores y ciudadanos.
- Gestión de residuos y especialmente los tóxicos.
- 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 eco sostenibilidad, 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.

Con el mantenimiento de los sistemas de climatización, hemos conseguido adecuar un entorno mucho más idóneo para nuestros trabajadores.

Dependiendo de la hora del día, de la luz natural y de la temperatura ambiente, regulamos los sistemas de climatización para un mayor aprovechamiento de los recursos naturales.

Con ello no sólo conseguimos ahorrar energía, sino mejorar las condiciones laborales del trabajador y crear un clima mucho más favorable para el desempeño de sus funciones.

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.

A lo largo del año 2014, Grupo Marktel ha incrementado el uso de herramientas informáticas que reducen al mínimo el consumo de papel. Un ejemplo de ello es la implementación de correo electrónico interno para los agentes. De ese modo, todos los cambios de operativa, novedades y comunicados, se les proporciona a través del correo, no siendo necesario imprimirlo en papel.

Desde que se trabaja de este modo, el coste y el consumo de papel se han reducido de manera considerable.

A su vez, los distintos responsables de la empresa, y los mandos intermedios, también están utilizando muchos más medios electrónicos para las comunicaciones internas, apoyándose sobre todo en las destinadas *Webs* que Grupo Marktel ha diseñado para estos fines.

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:

- **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 esespecíficamente para resolver dudas sobre la interpretación del código, y que

se encarga de su aplicación, revisión y actualización.

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

2. 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 consciente o negligentemente, declaraciones falsas o engañosas, o revelaciones que no son de buena fe puede ser objeto de acciones disciplinarias, de 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.

3. 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, 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.



Red Pacto Mundial
España

marktel