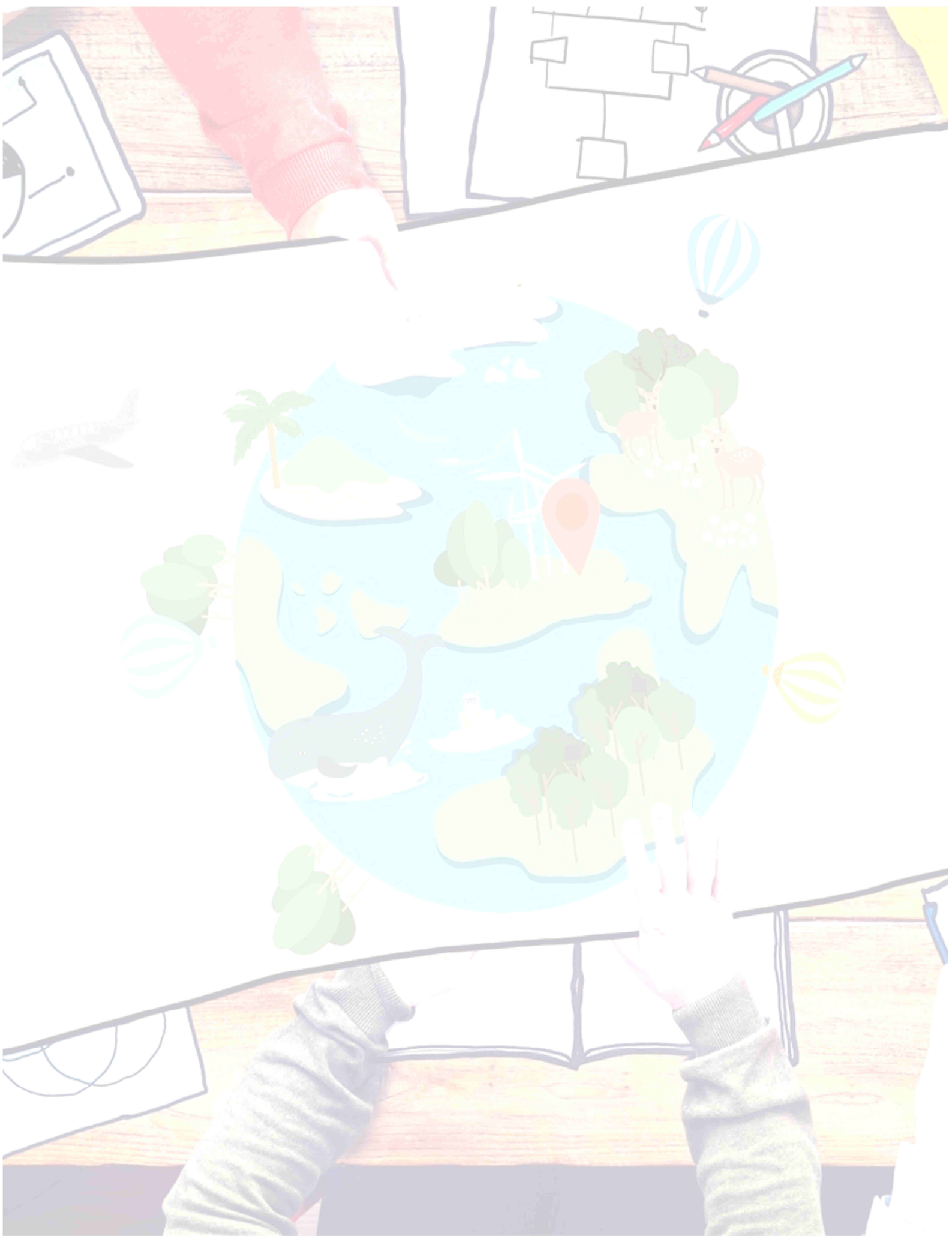




# INFORME DE PROGRESO 2015

*Responsabilidad Social*

**markt**el



# ÍNDICE

**01** | **CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO**

**02** | **SOBRE MARKTEL**

**03** | **ACERCA DEL INFORME**

**04** | **ANÁLISIS ACTIVIDAD RSE**

**CLIENTES**

**EMPLEADOS**

**SOCIOS/ACCIONISTAS**

**COMUNIDAD/SOCIEDAD CIVIL**

**MEDIOAMBIENTE**

**ADMINISTRACIÓN**

**PROVEEDORES**

# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



Estimados amigos:

Un nuevo año va a comenzar y una vez más nos complace adherirnos al compromiso que ya venimos manteniendo con el Pacto Mundial.

Nos planteamos el futuro con nuevos retos y oportunidades, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible lanzados por Pacto Mundial, a los cuales, Marktel también se vincula y compromete a implantar de manera progresiva en su filosofía empresarial.

En una empresa como la nuestra en la que trabajan unas tres mil personas es muy importante que se mantenga vigente este compromiso que desde ya varios años viene manteniendo la Dirección y sus mandos con los empleados, muchos de los cuales tienen con nosotros su primer empleo y no pocos llevan muchos años en ella, contribuyendo unos y otros a asegurar los puestos de trabajo y a mantener a flote este proyecto como una realidad diaria por la que hay que luchar y esforzarse, dando una calidad de trabajo y servicio que haga a nuestros clientes sentirse cómodos y satisfechos con nuestros resultados.

Nada es fácil y nuestro trabajo tampoco. Mantenemos una lucha constante contra una sociedad en la que poco a poco se están perdiendo valores, en la que hay mucho individualismo y no se fomenta el trabajo en equipo y por el bien común.

Frente a todo eso Marktel y los que la componen venimos ofreciendo un planteamiento sólido de unidad empresarial en la consecución de los objetivos que venimos consiguiendo para el futuro de nuestros empleados y de la propia Empresa.

Gracias a todos por vuestra colaboración

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'José Mª Horrillo López del Rey', written over a horizontal line.

Fdo.: D. José Mª Horrillo López del Rey

Presidente



## SOBRE MARKTEL

### 1. Datos de interés:



### 2. Actividad, principales marcas, productos y 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.

### 3. Estrategia y gobierno:

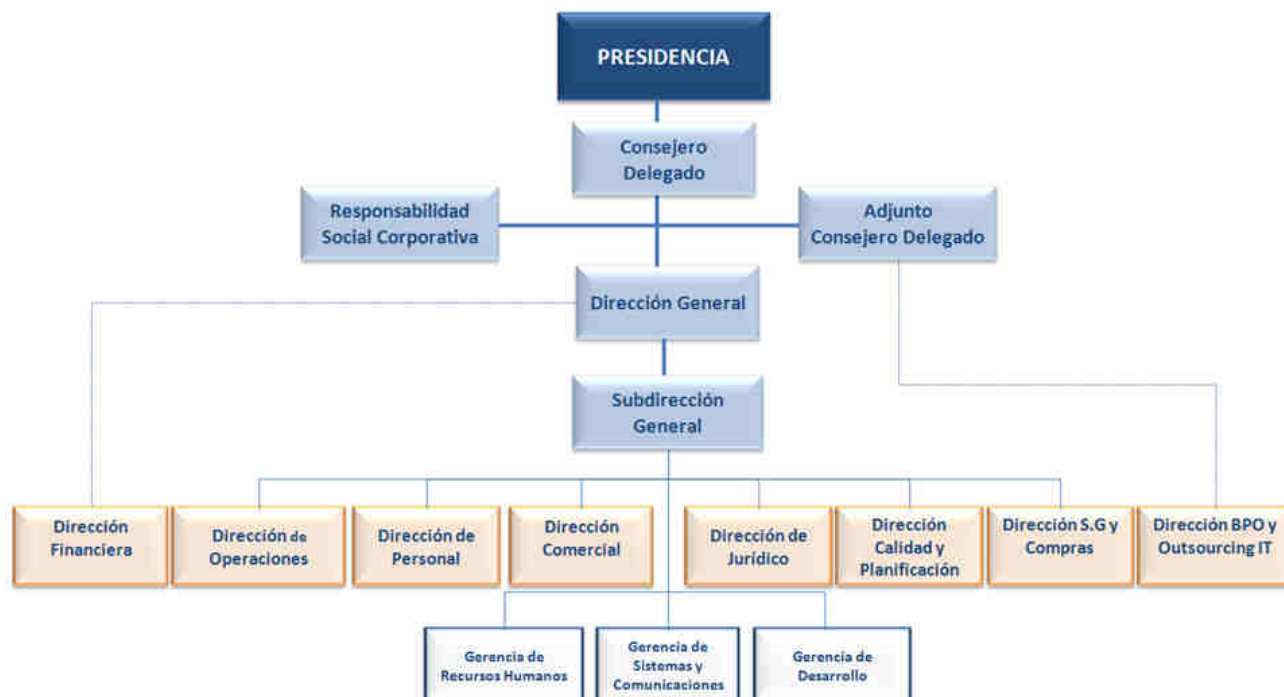
Los miembros de la Junta Directiva de MARKTEL han sido los fundadores del Comité Ético, y por tanto, han sido los pioneros en la implantación de medidas afines a Los 10 Principios en las diferentes políticas rectoras de la compañía.

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.

En el año 2013 Marktel afianza esta intención dando un paso más al unirse como miembro de la Red Española del Pacto Mundial. Desde entonces, año tras año, este compromiso ha continuado renovándose, y afianzándose.



### Organigrama



## ACERCA DEL INFORME

### 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.

Para la elaboración del siguiente Informe de Progreso se han 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: 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.

## Novedades incorporadas al Informe de Progreso:

El presente Informe de Progreso del año 2015 aporta una serie de cambios significativos con respecto a las memorias anteriormente publicadas:

### 1. RELACIÓN DE NUESTRA ACTIVIDAD CON LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNCIAL:

Los 10 Principios del Pacto Mundial derivan de las declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción y gozan de consenso universal.



En el presente informe cada desafío mencionado será vinculado al principio en el cual se haya basado, con el fin de que el informe aporte una visión práctica a la puesta en marcha de dichos principios.



2. **VINCULACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS).** En septiembre del año 2015 Naciones Unidas ha presentado la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que sustituyen a los ODM como metas del desarrollo mundial hasta 2030.



En el presente informe, Marktel también hará alusión a los ODS con los que se relaciona cada acción desarrollada. Queremos innovar, y que nuestra empresa crezca incorporando los ODS a su estrategia empresarial.

3. **INCORPORAMOS UN NUEVO GRUPO DE INTERÉS: PROVEEDORES.** hemos añadido un nuevo grupo de interés que refleje ciertas acciones de buenas prácticas en materia de RSE relativas a la relación mantenida con nuestros proveedores.

Actualmente los grupos de interés de Marktel sobre los que hablaremos en este informe son los siguientes:



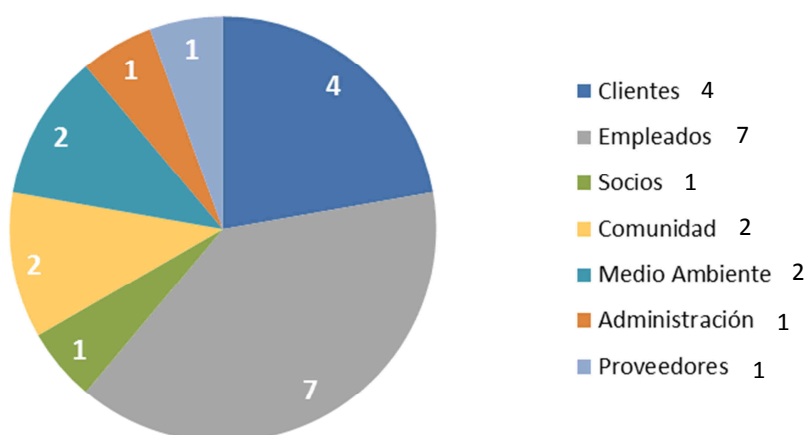
## Difusión del Informe de Progreso:

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; así como en la Web de Marktel.

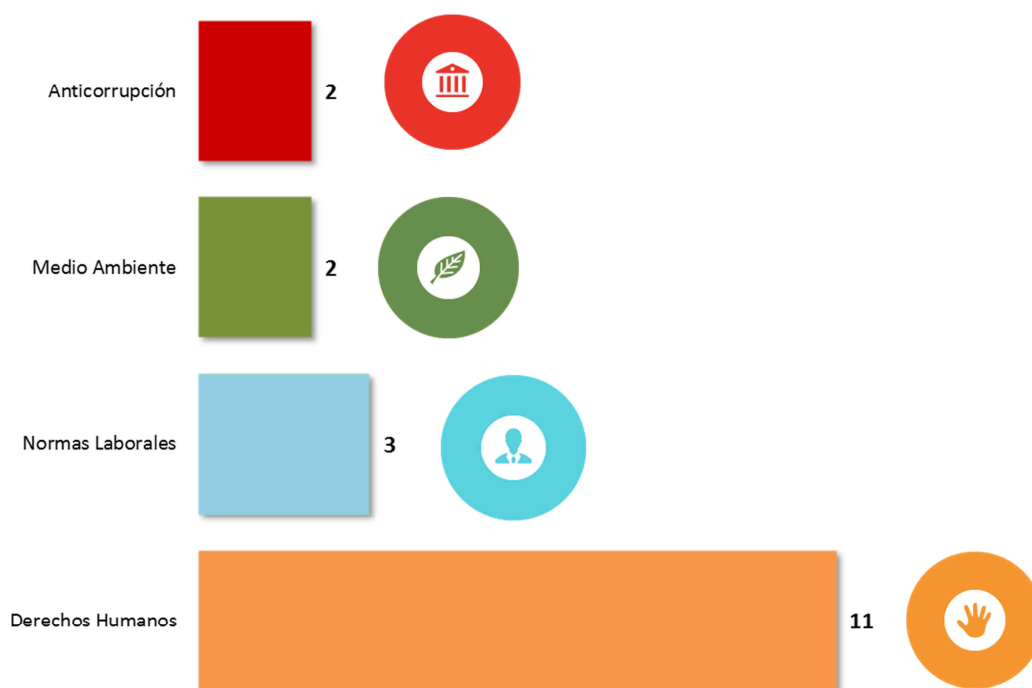
Ésta última puede ser consultada por todas las personas que integran la Organización, teniendo todas ellas acceso instantáneo al Código Ético elaborado por Grupo Marktel, en el que se recogen nuestros valores y los 10 principios del Pacto Mundial.

## ANÁLISIS ACTIVIDAD RSE EN MARKTEL

Desafíos llevados a cabo por cada grupo de interés:



Desafíos clasificados en función de los 10 Principios





## CLIENTES

*Los clientes 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.*

*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.*

## *Nuestros desafíos*

*Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles*

*Satisfacción y Relación duradera con los clientes*

*Transparencia en el ejercicio de la actividad con los clientes*

*Tratamiento óptimo de las bases de datos*



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

*“Un servicio de calidad, nuestro mejor aval”*

Es el lema de nuestra entidad, y nos aseguramos de que todos los servicios que prestamos cumplan con las exigencias de nuestros clientes para alcanzar siempre la máxima satisfacción.

El Valor de Grupo Marktel es buscar la excelencia en los servicios prestados a nuestros clientes, por ello nos esforzamos en alinear todas las áreas y estructuras de la compañía para la consecución de este objetivo.



## Políticas:

### CÓDIGO ÉTICO

Como se ha mencionado, el objetivo de Grupo Marktel se podría sintetizar, en alcanzar la máxima calidad en nuestros servicios, y por ende, la satisfacción de nuestros clientes, lo cual hacemos siempre, a través de soluciones de negocio éticas con la sociedad, el medio ambiente y nuestros empleados.

Desde nuestra organización, pretendemos dejar patente que existe un compromiso real con estos valores, y por ello, trabajamos para implantar en nuestro Código Ético, pautas para mantener el nivel de calidad exigido, vetando las conductas contrarias a estos reglamentos dentro de nuestro ámbito de actuación.

### 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.

### NORMATIVA VIGENTE

Velamos por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias que nos aplican, 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.

### POLÍTICA RSE

En nuestra política de RSE, adoptamos y aplicamos diversas estrategias orientadas a mejorar la calidad de nuestros servicios, procesos, y las habilidades de nuestro talento humano.

### 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.



## Acciones:

### ● PLAN DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Grupo Marktel elabora e implanta para cada uno de sus proyectos, un **sistema de gestión de continuidad de negocio** específico para amortiguar y minimizar los efectos de posibles contingencias, reduciendo el tiempo en la recuperación de la información y restaurando los procesos operacionales clave de sus recursos y servicios de IT, todo ello para facilitar la continuidad de los servicios, causando el menor impacto en los mismos.



### ● 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.

### ● 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 **tablones** de anuncios.



### ● 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.



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.

### ● 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.
- La aplicación de gestión de incidencias.
- Los formularios de satisfacción.



## Herramientas de seguimiento:

### Evaluaciones anuales

- 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.

### 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 lleva a cabo auditorías tanto internas como externas.
- Las auditorías externas se realizan con una frecuencia **anual**.

### Aplicación para la gestión de incidencias

- Grupo Marktel ha desarrollado una **herramienta propia** para el registro y seguimiento de las incidencias que puedan darse en la prestación de nuestros servicios.
- Estas incidencias, son dadas de alta por el cliente, indicando qué tipo de incidencia se ha producido, y quedando ésta registrada y clasificada según la prioridad que haya indicado el cliente, a la espera de que el equipo de soporte la solvante.
- Con esta herramienta mejoramos la calidad del servicio prestada y mejoramos los tiempos de respuesta.

## Indicadores de seguimiento:

- A través de la **aplicación de gestión de incidencias** se obtienen ratios sobre el tipo de incidencia, urgencia de la misma, tiempo que se ha tardado en solventar...
- Hemos logrado que el ratio de incidencias registradas en relación con el volumen de servicios que prestamos, sea mínimo y solventada casi de manera inmediata.

Ratios  
obtenidos en la  
resolución de  
incidencias

- Como se ha señalado, las auditorías son herramientas habituales de Marktel que aseguran la calidad del servicio prestado.
- Somos auditados por Aenor por el cumplimiento de la Normativa ISO 9001:2008, renovando anualmente nuestra certificación.
- Así mismo, superamos auditorías de seguridad de la información con la Norma ISO 27001.
- Internamente, también obtenemos diversos indicadores de la calidad de los servicios, a través de auditorías internas que miden:
  - > La excelencia telefónica y operativa de cada servicio.
  - > Cumplimiento de la LOPD.

Renovación de  
certificaciones  
superando  
Auditorías de  
calidad





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.

## Relación con los 10 Principios y los ODS:

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles”**

Desde el firme convencimiento de que es necesario fomentar la transparencia, el buen gobierno, el respeto a los derechos humanos la paz y la estabilidad, hacemos nuestra aportación a la sociedad, incorporando a nuestra compañía procesos que aporten la mayor transparencia, y donde la buena calidad del servicio, sea la premisa sobre la que construir nuestras líneas de actuación.



**“Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación”**

Desde Marktel velamos por la innovación para mejorar la eficacia en los procesos, con ello pretendemos impulsar una nueva industria bajo criterios de sostenibilidad que adopte tecnologías y procesos industriales de calidad.

## 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.

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.

### Políticas

<b>POLÍTICA RSE</b>	Intentamos concienciar a nuestro personal, a todos los niveles, de la importancia y trascendencia del mantenimiento de una política de RSE activa y práctica, no sólo para contribuir con el desarrollo social y proteger el medio ambiente, sino también para la sostenibilidad del negocio a largo plazo. Cada vez nuestros clientes valoran más este tipo de iniciativas.
<b>CÓDIGO ÉTICO</b>	Actuamos con transparencia e integridad para generar confianza en nuestros clientes. Poseemos una actitud basada en la comunicación, claridad y honestidad, siendo la base para construir relaciones de negocio duraderas en el tiempo. Uno de los valores recogidos en nuestro código es la “ORIENTACIÓN AL CLIENTE”.
<b>POLÍTICA DE CALIDAD</b>	La calidad de los servicios guarda una relación directa con la satisfacción y el mantenimiento de una relación duradera con los clientes. Por ello, nuestra Política de Calidad se ha orientado hacia la excelencia de los servicios.
<b>POLÍTICAS INTERNAS DE GESTIÓN</b>	En Marktel, implantamos procesos, que ayudan a eliminar las barreras 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.

## Acciones:

### • COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

En Marktel, hemos apostado por la implantación de varios canales de comunicación tanto internos como externos, para fomentar el intercambio de mensajes directos, claros y transparentes.



- 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.
- Hemos establecido medidas para mejorar la **comunicación externa** con nuestros clientes. Tratamos de esta manera, de aminorar el tiempo de respuesta ante sus requerimientos, velando por el correcto funcionamiento de los servicios y por consiguiente la satisfacción de nuestros clientes por nuestra atención personalizada. .

### • FORMACIÓN DE SUS EMPLEADOS

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 con adecuados conocimientos para el desempeño de sus funciones.



### • ACCESIBILIDAD A NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Este año hemos continuado trabajando para que nuestra Web sea más fácil de usar por nuestros clientes, con el fin de que puedan acceder a la información que necesiten con rapidez, en especial a los servicios que ofrecemos en todo el Grupo. La Web actual es más visual e intuitiva, y ha añadido un formulario a través del cual los clientes pueden remitir sus consultas con rapidez y facilidad. <http://www.grupomarktel.com/>

### • PRIORIDAD EN LA RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS EN LOS SERVICIOS A CLIENTES

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 paralicen la actividad del servicio.



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

## Herramientas de seguimiento:

Herramientas de comunicación con el cliente

- Consideramos la comunicación como una herramienta fundamental para mantener el grado de satisfacción con nuestros clientes. Por ello definimos diversas vías para que los clientes tengan un fácil acceso a cada área en base a sus necesidades



Encuestas de satisfacción a nuestros clientes

- Las encuestas que puntualmente son remitidas a nuestros clientes, son una herramienta útil para conocer su grado de satisfacción con respecto a los servicios prestados, así como una vía de comunicación más para proponer mejoras o recibir críticas constructivas.

Nuestros clientes pueden comunicarse con nosotros a través de diversas vías:

- Nuestra aplicación de incidencias
- Email
- Teléfono de atención al cliente
- Encuestas de satisfacción.

→ Newsletter corporativa:



Es enviada a nuestros clientes de manera periódica, con el objetivo de “ponerles al día” de toda la actividad del sector, así como de las novedades acontecidas en nuestra empresa, incluidas entre ellas, las acciones relacionadas con la política de RSC de Marktel.

## Indicadores de seguimiento:

- Como se ha comentado antes, a través de **la aplicación de gestión de incidencias** se obtienen ratios sobre el tipo de incidencia, urgencia de la misma, tiempo que se ha tardado en solventar y **grado de satisfacción** tras la resolución de la misma.

Ratios obtenidos  
en la resolución  
de incidencias

- Las auditorías nos **sirven para garantizar el cumplimiento de los objetivos** establecidos por el cliente.
- Los resultados son analizados para determinar el grado de cumplimiento, desde la premisa de que si cumplimos objetivos, nuestros clientes van a estar satisfechos y van a continuar requiriendo nuestros servicios.

Resultados de  
Auditorías

- Los resultados de las encuestas de satisfacción son analizados por el área de operaciones para definir el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio prestado.

Resultados de  
las encuestas  
de satisfacción





## Relación con los 10 Principios y los ODS:

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”**



**“Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación”**

Implantar medidas que favorezcan la fidelidad de nuestros clientes, y por tanto, la continuidad del negocio, facilita el crecimiento económico de la comunidad donde Marktel desarrolla su actividad.

Desde Marktel velamos por la innovación para mejorar la eficacia en la puesta en marcha de los servicios prestados a nuestros clientes, con ello pretendemos impulsar una nueva industria bajo criterios de sostenibilidad que adopte tecnologías y procesos industriales de calidad.

---

## TRANSPARENCIA EN EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD CON EL CLIENTE

---

Toda Organización debe ejercer su actividad cumpliendo las normas legalmente establecidas.

En Marktel velamos porque nuestro quehacer diario cumpla escrupulosamente esta premisa, y trasladamos la misma a nuestro trato con el cliente, asegurando un alto grado de transparencia en prestación de nuestros servicios.

***Toda la información que transmitimos desde la Organización ha de ser clara y veraz.***



## Políticas

### CÓDIGO ÉTICO COMERCIAL

En la base de nuestro código ético se encuentra la premisa de “fomentar relaciones basadas en la confianza entre todos los stakeholders implicados en la práctica del outsourcing”

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

### NORMATIVA VIGENTE

Mantenemos una relación transparente y acorde al derecho internacional con los gobiernos de los países en los que opere la empresa, para prevenir la corrupción y el soborno.

## Acciones:

### • COMUNICACIÓN CUIDADA CON EL CLIENTE

Como hemos comentado con anterioridad, una buena comunicación con el cliente es clave a múltiples niveles. En este sentido, es fundamental que la **información que se traslada al cliente sea lo más veraz y exacta posible**. Para ello, se ha establecido a nivel empresarial una serie de actuaciones generales que se aplican en cada información trasladada al cliente:



- Los informes remitidos al cliente siempre aportarán datos cuantitativos y cualitativos lo más **objetivos** posibles.
- En el caso de detección de errores o contradicciones en la información suministrada, se informa al cliente de manera inmediata, aportando soluciones y asumiendo las responsabilidades derivadas de dichos fallos de información.

## Herramientas de seguimiento:

Informes de  
seguimiento  
del servicio

- Son informes encargados de transmitir al cliente información sobre cómo transcurre el servicio contratado. Desde nuestros servicios se realizan informes de diversa frecuencia (de hora en hora, cada día, a la semana... etc.). Al inicio de cada servicio, acordamos con el cliente, el contenido de los mismos, frecuencia y procedimiento de envío.

Subcomités de  
seguimiento  
interno y  
departamento  
de calidad

- Cada responsable de servicio es el encargado de velar por el transcurso del mismo. Mucha de la información obtenida en el transcurso del servicio es analizada por este área con el fin de detectar desviaciones con respecto a los objetivos.
- El Dpto. de calidad también es una herramienta fundamental para comprobar que los servicios se ciñen a los parámetros de calidad estipulados por el cliente.

## Indicadores de seguimiento:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los clientes pueden transmitirnos a través de la aplicación para la resolución de incidencias cualquier desviación que observen en la prestación del servicio.</li> </ul>	Ratios obtenidos en la resolución de incidencias
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las auditorías externas son una buena herramienta de control sobre la transparencia en la actividad de una compañía.</li> <li>• En Marktel, utilizamos el resultado de las mismas, como indicador ya que aportan información relevante sobre el cumplimiento de los requisitos del servicio y de la normativa vigente.</li> </ul>	Resultados de Autorías
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados de las encuestas de satisfacción nos dan información sobre las expectativas o propuestas del cliente para mejorar el servicio.</li> </ul>	Resultados de las encuestas de satisfacción

## Relación con los 10 Principios y los ODS:

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles”**

Marktel hace su aportación a este ODS cumpliendo con la legislación nacional, tanto en sus operaciones directas, como a través de la cadena de suministros.

Como hemos mencionado, prestamos un especial cuidado a que la información que transmitimos a nuestros clientes sea transparente y veraz.

Por otra parte, aplicamos nuestro código ético, asegurando una gestión transparente y un comportamiento ético por parte de todos los empleados.

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

*Debido a nuestra actividad, manejamos grandes bases de datos de clientes, lo cual hace necesario contar con un sistema que garantice que las mismas se encuentran actualizadas y que cumplen los requisitos legales que aseguren la confidencialidad y la protección de las mismas.*

### Políticas

<b>NORMATIVA VIGENTE</b>	Respetamos la normativa relativa a la protección de datos personales española de Protección de Datos (AEPD).
<b>POLÍTICA CORPORATIVA DE SEGURIDAD</b>	Marktel ha creado su propia política de seguridad, a través de la cual se establecen los protocolos que aseguran la confidencialidad del tratamiento de las BBDD para el cumplimiento de la normativa vigente y de nuestros criterios de calidad.

### Acciones:

- MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE BBDD**

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.

- SISTEMAS PARA ASEGURAR LA CONFIDENCIALIDAD DE LAS BBDD**

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.

- DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD EMPLEADOS:**

En Grupo Marktel, todos los trabajadores en el momento de su incorporación al servicio, firman un acuerdo que les compromete a guardar absoluta confidencialidad en la custodia y tratamiento de datos, sancionando expresamente su uso indebido, divulgación, interrupción o destrucción no autorizada.



## Herramientas de seguimiento:

Sistemas tecnológicos para asegurar la confidencialidad

- Las aplicaciones informáticas diseñadas por Marktel, pasan diversos filtros para asegurar la confidencialidad de los datos que se manejan de clientes.

Auditorías

- Son utilizadas como sistema 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.



## Indicadores de seguimiento:

- Las auditorías externas son una buena herramienta de control sobre el cumplimiento de la normativa de seguridad y confidencialidad de las BBDDs.
- En Marktel, utilizamos el resultado de las mismas, como indicador ya que aportan información relevante sobre su cumplimiento.

Resultados de Auditorías

## Relación con los 10 Principios y los ODS:

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**16 PAZ Y JUSTICIA**  
"Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles"

La creación de una política de seguridad, parte del compromiso por parte de Marktel de velar por el derecho de los clientes a defender su privacidad,

controlando por sí mismos el uso que se hace de sus datos personales.

Marktel hace su aportación a este ODS cumpliendo con la legislación en materia de tratamiento de las bases de datos. Por otra parte, implicamos a nuestros empleados en este mismo compromiso, haciéndoles partícipes y responsables de su cumplimiento.





## EMPLEADOS

*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.*

*Contamos con 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.*

## Nuestros desafíos

*Inserción de personas con discapacidad (LISMI)*

*No discriminación por discapacidad, raza, edad o género*

*Mejora de la diversidad de la plantilla en la entidad*

*Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados*

*Identificación del empleado con la entidad*

*Conciliación familiar y laboral*

*Salud y seguridad en el lugar de trabajo*

*Buen ambiente laboral*

---

## INSERCIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD (LISMI)

---

Es uno de nuestros compromisos más fuertes.

Desde hace más de 10 años Marktel ha trabajado para incorporar personas con discapacidad al mercado laboral, ya sea contratando directamente trabajadores con discapacidad en su plantilla, como colaborando con proyectos y entidades afines a este colectivo.



## Políticas

<b>POLÍTICA DE RSE</b>	<p>Los valores y principios de actuación de Marktel, en base a los compromisos adquiridos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, recoge entre uno de sus principios la <b>Igualdad</b>.</p> <p>Para alcanzarla, se establece en nuestra Política de RSE, la aplicación de criterios de selección respetuosos que evitan la discriminación por discapacidad.</p>
<b>CÓDIGO ÉTICO</b>	<p>En nuestro Código Ético se recoge la intención de Marktel de favorecer a través de diferentes iniciativas la inserción de personas con discapacidad.</p>
<b>POLÍTICA Y PLAN DE IGUALDAD</b>	<p>Desde Marktel se está trabajando para establecer una política formal donde se recojan la totalidad de medidas que la entidad realiza desde sus diferentes áreas para favorecer la igualdad de oportunidades laborales, tanto entre hombres y mujeres, como a favor de colectivos en riesgo de exclusión social.</p>

## Acciones:

### ● ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES SOCIALES

Tenemos firmados más de una veintena de acuerdos de colaboración con entidades y asociaciones que trabajan con colectivos en riesgo de exclusión social, prestando especial atención a las personas con diversidad funcional.

A través de dichos acuerdos, desarrollamos proyectos formativos, compartimos ofertas de empleo, realizamos donaciones o llevamos a cabo acciones de voluntariado corporativo.

### ● CONTRATACIÓN DE SERVICIOS O COMPRA DE SUMINISTROS A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

Marktel no solo colabora con este tipo de entidades como medida alternativa para el cumplimiento de la legislación vigente, si no que en el último año ha favorecido la contratación de servicios y la compra de productos a centros especiales de empleo como una medida más para favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad.

Actualmente los contratamos con estas entidades servicios de limpieza, administrativos y de imprenta,

### ● PUESTOS DE TRABAJO RESERVADOS PARA PROFESIONALES CON DISCAPACIDAD

En el año 2015 se han llevado a cabo varios procesos de selección en los que se realizaba una discriminación positiva hacia candidatos que aportaban un certificado de discapacidad en vigor, dando prioridad a estos candidatos en la participación de los procesos de selección con respecto a candidatos que no cumplieran este requisito.

### ● VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Es una acción que tratamos de potenciar cada año. La intención de las mismas es que nuestro personal también participe en proyectos solidarios con entidades sociales colaboradoras que precisan voluntarios para llevar a cabo proyectos a favor de colectivos desfavorecidos.

En el año 2015, Marktel ha continuado colaborando estrechamente con la **Fundación Progres**a. Buena parte de la acción social desarrollada se canaliza a través de esta colaboración con la fundación y su centro especial de empleo (**Centro Especial Tutelar**).



<http://fundacionprogres.org/>



Esta entidad ha llevado a cabo en el 2015 tres cursos de INICIACIÓN AL TELEMARKETING dirigido a personas en riesgo de exclusión social, entre las cuales se encontraban varias personas con discapacidad.

Marktel ha cedido sus instalaciones y personal voluntario para poder llevarlos a cabo.

Con estas formaciones se pretende mejorar la empleabilidad de los asistentes.



Este año Marktel ha colaborado con 4 Centros Especiales de Empleo a los cuales ha contratado servicios y suministros de:



Limpieza



Trabajos  
administrativos



Imprenta

## Herramientas de seguimiento:



**Unidad de apoyo  
a la inserción y  
puesta en  
marcha de  
proyectos**

- 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 con sus compañeros.
- Este equipo de trabajo también se encarga de la puesta en marcha de proyectos de colaboración con entidades sociales.


## Indicadores de seguimiento:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como se ha comentado, Marktel cumple con la legislación vigente a través de diversas medidas, tanto de contratación directa de trabajadores con discapacidad, como mediante ciertas medidas alternativas a favor de este colectivo. El porcentaje de trabajadores con discapacidad contratados en el 2015 fue del <b>2,8%</b>.</li> </ul>	Cumplimiento de la LISMI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para verificar que nuestras medidas de apoyo a este colectivo continúan activas año tras año, podemos comprobar utilizar como indicador el número de acuerdos de colaboración firmados con entidades, o los proyectos en los que Marktel participa a favor de las personas con diversidad funcional.</li> </ul>	Acuerdos y proyectos de colaboración
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La intención de Marktel durante el año 2016 es continuar incorporando nuevos Centros Especiales de Empleo entre su lista de proveedores, como una medida más de apoyo a la inserción laboral de las personas con diversidad funcional.</li> <li>• Esta progresión es fácilmente cuantificable, observando la facturación dedicada a la compra de servicios y suministros procedentes de los mismos.</li> </ul>	Nuevos CEE's incorporados en su lista de proveedores

## Relación con los 10 Principios y los ODS:

<p><b>"Principio 1:</b> Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia."</p>	
<p><b>"Principio 6:</b> "Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación"</p>	


Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**16 PAZ Y JUSTICIA**

**"Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles"**

Fomentando la contratación de personas con discapacidad y a través de la colaboración con entidades sociales a favor de este colectivo, Marktel pretende contribuir a la creación de una sociedad inclusiva y justa, con oportunidades de acceso laboral para todas las personas y el respeto de los derechos humanos.



**10 REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD**

**"Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles"**

Marktel colabora con este principio adoptando políticas de igualdad dentro de la empresa, para proporcionar igualdad de oportunidades laborales a todos los trabajadores, independientemente de cualquier característica individual y fomentando estas prácticas en la cadena de suministros.



## NO DISCRIMINACIÓN POR DISCAPACIDAD, GÉNERO, RAZA O EDAD Y MEJORA DE LA DIVERSIDAD DE LA PLATILLA EN LA ENTIDAD

*En el escenario actual ya no se concibe el desarrollo de una empresa sin que tenga en cuenta el factor de la diversidad tanto a nivel interno, como de cara a la sociedad hacia la que dirige sus productos o servicios. Y es que, en los últimos años la gestión de la diversidad se ha convertido en un factor imperativo para la sostenibilidad de las compañías.*

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

### Políticas

<b>POLÍTICA DE RSE</b>	Los valores y principios de actuación de Marktel, en base a los compromisos adquiridos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, recoge entre uno de sus principios la <b>Igualdad</b> . Cono en el caso de la discapacidad, los procesos de selección del grupo evitan cometer ningún tipo de discriminación por razón de sexo, edad o género.
<b>CÓDIGO ÉTICO</b>	En nuestro Código Ético se recoge la intención de Marktel de favorecer a través de diferentes iniciativas la inserción de personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social.
<b>POLÍTICA Y PLAN DE IGUALDAD</b>	Desde Marktel se está trabajando para establecer una política formal donde se recojan la totalidad de medidas que la entidad realiza desde sus diferentes áreas para favorecer la igualdad de oportunidades laborales, tanto entre hombres y mujeres, como a favor de colectivos en riesgo de exclusión social.
<b>POLÍTICA DE RRHH</b>	Desde el departamento de Recursos Humanos y el área Legal velan por el cumplimiento de la legalidad en relación a la protección y respeto de los Derechos Humanos de todas las personas que trabajan y colaboran en Marktel.

### Acciones:

- ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES SOCIALES**

En el año 2015, hemos continuado colaborando con entidades sociales, llevando a cabo diversas acciones para favorecer la diversidad y la igualdad de oportunidades.

## • PRÁCTICAS LABORALES E INSERCIÓN DE COLECTIVOS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN



Nuestra colaboración con entidades sociales, culmina con la incorporación laboral de usuarios remitidos a través de dichas entidades. Cuando surge una oferta de empleo, en muchas ocasiones, es compartida con nuestras entidades colaboradoras para que usuarios que cumplan con el perfil solicitado accedan al proceso de selección

*En el año 2015, Marktel colaboró con la Fundación Progreso, Norte Joven, Eslabón y el Ayuntamiento de Madrid, en varios cursos de formación a favor de colectivos en riesgo.*



*Se consiguió formar a un total de 43 alumnos.*

## • VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Como hemos comentado antes, organizamos actividades en colaboración con entidades sociales, en las cuales nuestro personal puede participar como voluntario.

En el 2015, nuestros voluntarios participaron en acciones formativas dirigidas a colectivos en riesgo de exclusión, contando su experiencia y compartiendo sus conocimientos del sector Contact Center



Marktel participó en el proyecto "Pymes Solidarias", una iniciativa conjunta del Instituto de Crédito Oficial (ICO) y Pacto Mundial, que acercó a un grupo de jóvenes procedentes de Fundación Tomillo al mercado laboral. Durante una mañana, voluntarios de Marktel les acompañaron en la visita a nuestras oficinas y les explicaron las funciones que desarrollan, su experiencia profesional e información relativa al sector de Contact Center.

## Herramientas de seguimiento:

### Canal de denuncia

- Se trata de 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. Estos emails se escriben y se reciben de forma anónima.

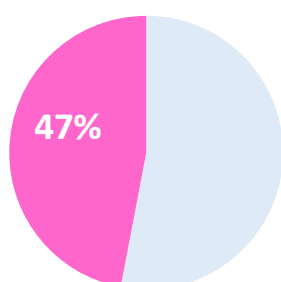
## Indicadores de seguimiento:

- Hasta la fecha no hemos recibido ninguna denuncia relativa a discriminación en ninguna de nuestras empresas.

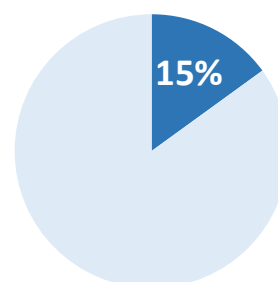
Denuncias por discriminación

- El porcentaje de hombres y mujeres, de empleados mayores de 45 años o de personas con discapacidad, es un buen indicativo de la diversidad de la plantilla.

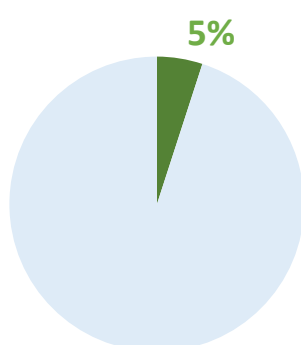
Porcentaje de volumen de empleados pertenecientes a colectivos en riesgo



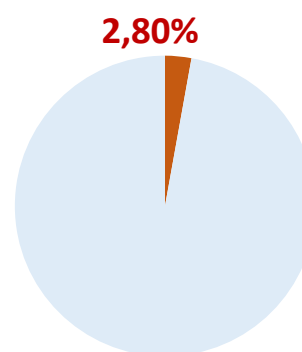
Mujeres



Mayores de 45 años



Personas de otras nacionalidades



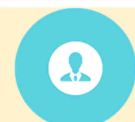
Personas con discapacidad

## Relación con los 10 Principios y los ODS:

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



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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**"Fin de la pobreza"**

Marktel hace su aportación a este ODS proporcionando condiciones laborales adecuadas a sus trabajadores, que les permitan acceder a condiciones de vida dignas y poniendo en marcha políticas de igualdad en la empresa, dando a las mujeres la oportunidad de desarrollarse laboralmente de forma igualitaria.

Así mismo, llevamos a cabo medidas de diversidad, proporcionando a los grupos desfavorables igualdad de oportunidades laborales.



**"Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas"**

La cultura de empresa de Marktel, fomenta la igualdad y la integración. Año a año, fijamos objetivos y resultados a nivel empresarial para la igualdad de género y difundimos el progreso a través de informes como este. La política salarial de Marktel asegura una igual retribución por igual trabajo, independientemente del género del empleado.



**"Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles"**

Como hemos expuesto, desde Marktel adoptamos políticas de igualdad dentro de la empresa, para proporcionar igualdad de oportunidades laborales a todos los trabajadores, independientemente de cualquier característica individual.

A través de nuestra colaboración con entidades sociales, facilitamos que personas procedentes de colectivos en riesgo de exclusión, tengan la oportunidad de acceder al mercado laboral.



**"Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos"**

Marktel apoya este ODS al llevar a cabo medidas de diversidad en la empresa, proporcionando a las mujeres, jóvenes y grupos desfavorables la oportunidad de desarrollarse laboralmente de forma igualitaria.

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

### Políticas

#### POLÍTICA DE RSE

A través de nuestra Política de RSE, hemos implantado la formación como elemento fundamental para el desarrollo de la plantilla.

#### POLÍTICA DE RRHH

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 Marktel, sino que también se apoya el **Plan de Carrera** de los trabajadores con mayor potencial.

#### POLÍTICA DE CALIDAD

Grupo Marktel considera que la formación tiene un impacto directo en la Calidad de sus servicios. Por ello diseñamos un plan formativo con el objetivo de hacer a nuestros empleados más eficaces y eficientes en su trabajo.



Education

## Acciones:

### ● FORMACIONES INICIALES

Cada trabajador que se incorpora a un nuevo servicio, realiza un curso de formación inicial, con el objetivo de asegurar que los empleados tienen los conocimientos necesarios para el desempeño de su trabajo.

Para superar dicha formación deben superar cuestionarios de evaluación de conocimientos y en algunas ocasiones, superar algún ejercicio práctico.

### ● FORMACIONES TRIMESTRALES

Realizamos cursos de actualización y ampliación de conocimientos trimestralmente para mantener la calidad en nuestros servicios.

### ● PLAN DE CARRERA

Todas las nuevas incorporaciones, conllevan intrínsecamente una formación personalizada, que permita a nuestros empleados continuar con el desempeño de sus funciones y alcanzar los objetivos establecidos.

Esta formación continua, consistente en cursos de actualización y ampliación de conocimientos, tiene por tanto como finalidad, acompañar a nuestros empleados en su desarrollo profesional, alentándoles a la superación y progresión en su entorno de trabajo.

En el ejercicio 2015 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.

### ● KIT DE BIENVENIDA

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 MARKTEL.



## Herramientas de seguimiento:

#### Encuestas de Satisfacción

- A la finalización de cada formación, los trabajadores participantes, cumplimentan una encuesta cuya información nos sirve para conocer la opinión de nuestros trabajadores sobre la formación recibida, así como canal de sugerencias y propuestas de mejora.
- La finalidad de estas encuestas es mejorar nuestros planes formativos.

#### Sistemas de evaluación del desempeño

- Como se ha mencionado con anterioridad, el departamento de calidad, realiza evaluaciones periódicas de cada operador asignado a cada uno de los servicios, lo cual facilita detectar desviaciones en el nivel de calidad acordado con el cliente.
- Ante la detección de carencias de habilidades o conocimientos, se establecen cursos de refuerzo o reciclaje adaptados a dichas necesidades.

#### Cuestionarios de evaluación

- La mayor parte de las formaciones impartidas, incluyen exámenes y test de evaluación, cuya finalidad es evaluar el grado de aprovechamiento del curso y asegurar que los trabajadores cuentan con los conocimientos necesarios para desarrollar su trabajo de manera satisfactoria.



## Indicadores de seguimiento:

- Nuestro objetivo es mantener un plan de formación activo y con mayor alcance cada año, por tanto el número de cursos desarrollados para nuestros trabajadores, así como el número de participantes, resulta ser un buen indicador de cómo cierra cada año.

Número de acciones formativas, horas de formación y trabajadores formados

- 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.
- 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**.

85% de respuestas correctas en pruebas de evaluación

### Datos 2015:



## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**"Fin de la pobreza"**

Desde Marktel consideramos que invertir en una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y, por lo tanto, para contribuir al desarrollo de la sociedad. En nuestro caso, apostamos por las personas, e invertimos importantes recursos en el área de Formación desde el convencimiento de que, aparte de



**"Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos"**

mejorar nuestra efectividad como empresa, contribuimos a una sociedad más sostenible.

Marktel contribuye a mejorar el perfil profesional y competencias de sus empleados, apostando por un sistema de formación continua y de gran alcance, lo que hace favorece la promoción laboral en condiciones de igualdad de oportunidades.

## SEGURIDAD Y SALUD EN EL LUGAR DE TRABAJO

### Políticas

#### POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Grupo Marktel se compromete seria y decididamente a aplicar una Política de Prevención de Riesgos Laborales que se mejora y actualiza de forma continua.

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.

### Acciones:

#### ● FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (P.R.L.)

La formación en PRL 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.

#### ● ESCUELA DE ESPALDA

Como complemento a la formación anteriormente indicada, 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.

#### ● ESCUELA DE LA VOZ

Dada la ocupación de la mayor parte de la plantilla, hemos incorporado un curso específico dedicado 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.



#### ● PROMOCIÓN DE LA SALUD

En este epígrafe enmarcamos una serie de ventajas que Marktel ofrece a sus empleados para fomentar la salud y el bienestar:

- **Tarjeta sanitaria**, 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**, 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.
- **Descarga del examen de salud a través de Internet.**

## Herramientas de seguimiento:

### Herramienta de seguimiento propia

- Grupo Marktel, en colaboración con su mutua de accidentes, ha desarrollado una aplicación interna que nos ayuda a disponer de forma inmediata de información relativa a accidentes laborales o bajas médicas. Esta aplicación nos permite realizar un seguimiento completo sobre las incidencias en este ámbito y establecer medidas preventivas y correctivas de manera inmediata.

## Indicadores de seguimiento:

- Número de asistencias sanitarias por accidentes de trabajo.
- Bajas médicas y altas de procesos profesionales, comunes y Riesgo de Embarazo y Lactancia.
- Número de accidentes sin baja.
- Porcentaje de absentismo.
- Índice de siniestralidad.

Índice de bajas médicas, accidentes laborales y absentismo

### → ÍNDICE DE SINIESTRALIDAD 2015:

Porcentaje de procesos de contingencia profesional con baja médica sucedidos en el año:

**5,33%**



## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.”**

Marktel, participa en la implantación de este ODS promoviendo un estilo de vida saludable entre nuestros empleados, implantando, programas formativos que

favorecen los hábitos saludables y la prevención de lesiones.

Así mismo, como hemos indicado, proporcionamos formación periódica sobre seguridad y salud a todos los trabajadores de Marktel.

## IDENTIFICACIÓN DEL EMPLEADO CON LA ENTIDAD

*Los empleados son el alma de la entidad. Por ello, y para el buen funcionamiento de todo tipo de organización, deben comprometerse e involucrarse con la misma.*

*Desde Marktel consideramos que la entidad debe respetar los derechos de los empleados y crear un ambiente laboral favorable para conseguir ese compromiso.*



### Políticas

#### POLÍTICA DE RRHH

Algunas de las medidas que incluye la política de RRHH de Marktel, tienen como fin incrementar la satisfacción del trabajador, y con ello, de manera inherente, fidelizar su permanencia y compromiso con la empresa.

También, se establecen, para diferentes puestos, sistemas retributivos vinculados al desempeño y ciertas medidas que facilitan la conciliación laboral y familiar, lo cual repercute positivamente en su desempeño e identificación con los objetivos de la compañía.

### Acciones:

- **MANUAL DE ACOGIDA**

Donde se describen los valores de la compañía, así como los objetivos que perseguimos en cada servicio. Queremos que desde su llegada a la compañía cada trabajador conozca la filosofía de Marktel.

- **SISTEMAS DE COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS**

Estas políticas retributivas orientan a los equipos hacia la consecución de objetivos. Se ha implantado especialmente entre el personal que realiza gestión comercial y pretende recompensar el desempeño de los colaboradores para su propia satisfacción y la de la organización.

- **CONCILIACIÓN FAMILIAR**

Flexibilidad horaria, cambios de turno y otras medidas que facilitan la conciliación familiar, son autorizados puntualmente por motivos justificados entre los trabajadores de nuestros servicios.

- **REUNIONES Y FORMACIONES PERIÓDICAS**

Las reuniones de trabajo y las formaciones (como se ha comentado con anterioridad) son útiles para alinear el desempeño del trabajador con respecto a los objetivos del servicio, y en definitiva, a los de la compañía.

En todos los servicios se realizan reuniones periódicas (en algunos casos incluso diarias) con la intención de comentar novedades del servicio, o el desarrollo de la misma.

## Herramientas de seguimiento:

### Evaluaciones del desempeño

- A través de las evaluaciones periódicas realizadas a los empleados, se obtiene información relevante sobre la adaptación del mismo al servicio. A mejores resultados, y por norma general, mayor implicación y compromiso.

## Indicadores de seguimiento:

- Índice de absentismo.
- Resultados de las evaluaciones de calidad y desempeño.
- Grado de consecución de objetivos.
- Índice de Rotación.

Indicadores generales sobre el grado de compromiso con la compañía

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.”**

Todas las medidas tomadas desde Marktel para favorecer la identificación del trabajador con la empresa, revierten en una mayor productividad y

en el mantenimiento de una plantilla cada vez más profesional y estable.

El crecimiento de Marktel es evidente año tras año, convirtiéndonos en una de las empresas más competitivas del sector.

## CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y PERSONAL

### Políticas

<b>NORMATIVA VIGENTE</b>	El estatuto de los trabajadores y el convenio por el que nos regimos determinan en muchos casos los derechos de los trabajadores en el disfrute de medidas de conciliación.
<b>POLÍTICA DE RRHH</b>	Además de lo anterior, en otras ocasiones, Marktel establece medidas adicionales que mejoran los permisos que por ley, se establece para los trabajadores que precisan adaptar su jornada, permisos u horarios, para cumplir con sus obligaciones familiares.

### Acciones:

Las acciones llevadas a cabo para facilitar la conciliación laboral y familiar se aplican en base a la normativa laboral y a las necesidades de los servicios, estudiando cada caso de manera particular:

- **REDUCCIÓN DE JORNADA**
- **FLEXIBILIDAD DE HORARIO Y CAMBIOS DE TURNO**
- **FLEXIBILIDAD EN EL DISFRUTE DE LAS HORAS DE LACTANCIA**
- **TELETRABAJO**

### Herramientas de seguimiento:

**Informes del  
depto. de  
administración  
de personal**

- El Dpto. de Administración de personal realiza un control del disfrute de estas medidas por parte del personal. Dispone de una herramienta específica para su gestión que permite la preparación de informes minuciosos con la información relativa a esta ámbito.

### Indicadores de seguimiento:

- Los informes obtenidos desde el área de Administración de Personal, registran las reducciones de jornada solicitadas y concedidas, las bajas por maternidad, el índice de reincorporación al puesto de trabajo, excedencias... etc.

Número de  
medidas de  
conciliación

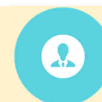
En el 2015, hubo un porcentaje muy elevado de reincorporaciones a la empresa tras bajas maternales.





## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**"Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades."**

Al tomar medidas especiales relacionadas con la conciliación, fomentamos la salud y bienestar, tanto de los padres, como de las familias de los mismos.

Son iniciativas que favorecen la vida sana y reducen el estrés.

Favorecer la conciliación familiar, tanto de mujeres como de hombres y el acceso a horarios, jornadas o permisos, facilita la compatibilizar la faceta laboral y familiar.



**"Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos."**

Las iniciativas a favor de la conciliación proporcionan en último término una oportunidad para las mujeres de desarrollarse laboralmente de forma igualitaria, lo cual impulsa el crecimiento económico y social.



**"Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas"**

## BUEN AMBIENTE LABORAL

### Políticas

<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>	Hablamos de igualdad de oportunidades en términos de formación, desarrollo y retribución. Contribuimos a generar buen clima entre los empleados ya que se le reconocen a todos los mismos derechos.
<b>CÓDIGO ÉTICO</b>	Para garantizar un entorno de trabajo agradable es necesario fomentar el dialogo, la confianza y el apoyo mutuo entre los integrantes del equipo

### Acciones:

- **PLAN DE CARRERA**

En Marktel consideramos que debemos dar seguridad a nuestros empleados de que su carrera profesional no se tiene porque quedar estancada dentro de la compañía sino que tiene perspectivas de crecimiento y mejora con el paso del tiempo. Además de las recompensas a nivel de estatus o a nivel económico también podemos estimular a nuestros empleados con la formación, ofreciéndoles cursos de su interés que además consigan mejorar la productividad de su trabajo diario.

- **IMPLANTACIÓN DE MEDIDAS DE CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR**

Como hemos comentado con anterioridad, estas medidas favorecen incrementan la satisfacción del trabajador lo cual a su vez, mejora el ambiente laboral.

- **COMUNICACIÓN ABIERTA**

Favorecer la comunicación abierta y bidireccional entre superiores y el resto de miembros del equipo donde prime la información veraz, escucha activa y la aportación de ideas y propuestas constructivas

### Herramientas de seguimiento:

#### Encuestas de clima laboral

- Se realizan de forma anónima, haciendo partícipes a los empleados del resultado de las mismas. En base a dichos resultados se toman medidas para mejorar aquellos puntos que puedan perjudicar el buen clima en la empresa

## Indicadores de seguimiento:

- Ambos indicadores son adecuados para medir el grado de satisfacción del **empleado** en la empresa
- Los resultados de las encuestas son analizados por áreas y puesto, lo que aporta información valiosa sobre la satisfacción de los empleados en cada uno de los niveles.

Índices de absentismo y de rotación

Resultados de las encuestas de satisfacción



## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.”**

Marktel colabora con la implantación de este ODS creando una cultura de derechos humanos en la

empresa, a través de la implantación de los Principios Rectores y Derechos Humanos, para fomentar el derecho a un trabajo decente y satisfactorio. El buen ambiente laboral es una consecuencia de la aplicación de medidas de este tipo.



## 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.*

## Nuestros desafíos

*Satisfacción de expectativas*

## SATISFACCIÓN DE EXPECTATIVAS

### Políticas

<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	El Plan de Negocio es una de las cuestiones fundamentales del Comité de Dirección en la empresa. Todos los años se dedican varias jornadas a definir el planteamiento del año, desde el punto de vista financiero y estratégico.
<b>NORMATIVA INTERNA</b>	La normativa interna es fundamental para el buen funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa. Esa normativa está consensuada con todos los responsables de los diferentes departamentos en aras de una gestión coordinada y global.
<b>POLÍTICA DE RSE</b>	Nuestra Política de RSE hace hincapié en la necesidad de manejar todos los aspectos empresariales de una forma honesta y ética, y establece normas de conducta para la gestión posibles conflictos entre los intereses personales y profesionales.
<b>CÓDIGO ÉTICO</b>	<p>El Código hace hincapié en la necesidad de que se manejen todos los aspectos comerciales de una forma honesta y ética. Algunos de los principios de aplicación son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Honestidad e Integridad</li> <li>● Lucha contra los conflictos de interés</li> <li>● Uso de Información y Recursos de la Empresa de manera responsable</li> <li>● Cumplimiento de la normativa legal</li> <li>● Velar por un lugar de trabajo seguro y profesional</li> </ul>

### Acciones:

#### ● TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

Marktel cada año, establece nuevos sistemas que favorecen la transparencia en su gestión empresarial.

Todos los años, las cuentas anuales son auditadas como sistema para asegurar la transparencia y legalidad en la gestión.

#### ● SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO

Como en toda organización, se necesitan herramientas de gestión que automaticen el trabajo y que así se optimicen los recursos empleados para cada área. Cada año se van introduciendo nuevas herramientas y procedimientos que facilitan la gestión en cada departamento de la empresa.

#### ● GENERACIÓN DE VALOR

Este es un gran desafío para nosotros ya que es la parte más importante de la gestión: Generar valor en las acciones que desarrollamos en cada una de las áreas de la empresa.

Como objetivo nos marcamos empezar a pensar qué podemos hacer en cada área para generar valor. Se hablará con cada responsable para que lo haga extensivo a su equipo y entre todos pongamos en valor el trabajo que se realiza, de manera que podamos mejorar la gestión y nuestra efectividad como empresa.

## Herramientas de seguimiento:

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los órganos de gobierno y la dirección son los responsables de establecer los objetivos a alcanzar para los próximos ejercicios.</li> <li>• 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.</li> </ul>
CUENTAS ANUALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las cuentas anuales son sin duda una herramienta óptima que facilita un seguimiento fiable del negocio a lo largo del año. En las mismas se refleja si se han visto satisfechas las expectativas de los socios/accionistas.</li> <li>• 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.</li> </ul>
INFORMES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>

## Indicadores de seguimiento:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de los informes comentados y las auditorías, se define el grado de cumplimiento de los objetivos alcanzados. Todo ello nos da una visión del comportamiento empresarial y la adecuación a las expectativas de los socios.</li> </ul>	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportan información que es relevante para confirmar la consecución de estándares legales y de los procedimientos internos establecidos.</li> </ul>	RESULTADO DE AUDITORÍAS

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



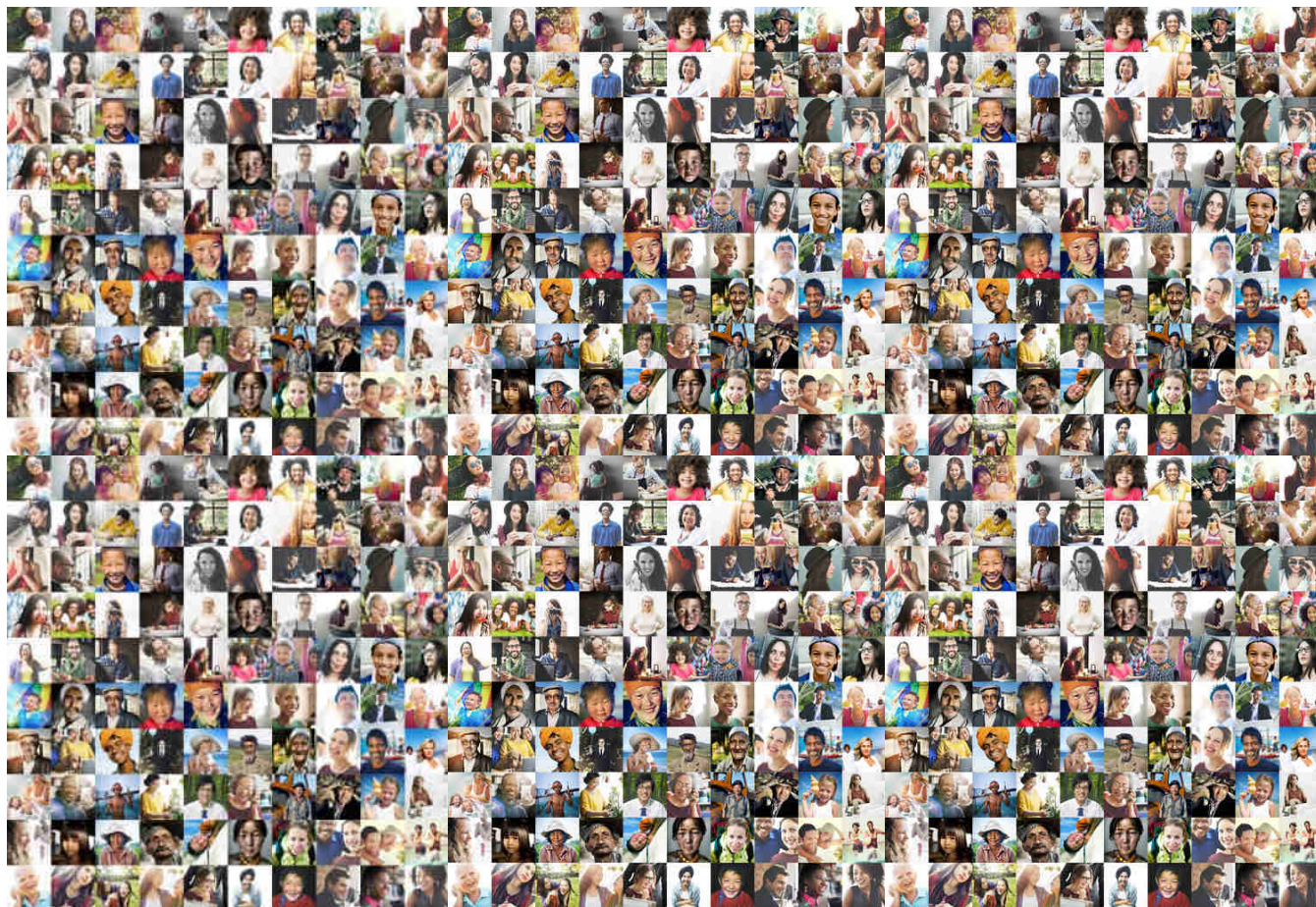
Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.”**

Marktel contribuye a este ODS, desarrollando un código ético, para asegurar una gestión transparente y un comportamiento ético por parte de los empleados de todos los niveles.





# COMUNIDAD

*Grupo Marktel tiene el firme compromiso de realizar su gestión empresarial, respetando su código ético, los principios éticos hacia 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:*



## *Nuestros desafíos*

*Invertir en las generaciones futuras*  
*Alianzas entre asociaciones y empresas*

## INVERTIR EN LAS GENERACIONES FUTURAS

### Políticas

#### PLAN DE MEDIOAMBIENTE

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.

#### POLÍTICA DE RSE

La política de RSE de Marktel, ha sido pensada en base al respeto a la comunidad donde tiene su ámbito de actuación y a la sociedad en general. Anualmente, se emprenden diferentes iniciativas solidarias con colectivos desfavorecidos, a través de los cuales Marktel, pretende hacer su aportación a una sociedad inclusiva e igualitaria.

### Acciones:

#### • EDUCACIÓN ACCESIBLE PARA COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

Como explicábamos en el apartado del desafío de la “NO DISCRIMINACIÓN POR DISCAPACIDAD, GÉNERO, RAZA O EDAD”, Marktel, colabora con entidades sociales para la realización de cursos, prácticas o la inserción laboral para personas en riesgo de exclusión social.

#### • CAMPAÑA DE RECOGIDA DE ALIMENTOS Y DE JUGUETES

Cada año, coincidiendo con las fechas Navideñas, Marktel promueve la recogida de alimentos y juguetes para familiar sin recursos. Diferentes Asociaciones y Parroquias colaboradoras se encargan de repartir nuestra recaudación, logrando año tras año una mayor colaboración por parte de nuestros trabajadores.

#### • DONACIONES MONETARIAS A ONG'S

Todos los años la Compañía coordina la compra de la Lotería de Navidad entre sus empleados.

En 2015 se continúa dando la opción de hacer un donativo con la compra del Décimo a través de Internet. La cantidad recauda por los empleados fue duplicada por la Empresa y los fondos recaudados fueron entregados a una ONG.

#### • CONVENIOS CON UNIVERSIDADES

Mantenemos acuerdos de colaboración con varias universidades para facilitar el acceso laboral a jóvenes recién titulados (ver pág. 56).



## Herramientas de seguimiento:

Convenios de colaboración con entidades sociales y universidades

- Sirven de vía para iniciar los diferentes proyectos sociales que hemos comentado.

Memorias de acción de RSE

- Anualmente recopilamos en una memoria todas las actividades enmarcadas en el ámbito social realizada por parte de Marktel.
- Este documento nos sirve como herramienta de seguimiento y evaluación.

## Indicadores de seguimiento:

- La inversión monetaria dedicada a este fin puede ser un indicador de la actividad que en este ámbito se ha desarrollado durante el año.
- Marktel dedica un presupuesto anual a este tipo de iniciativas.

Inversión en acción social

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo”.**

Marktel contribuye a este ODS, fomentando el empleo, formación o prácticas para jóvenes, para proporcionar a las nuevas generaciones igualdad de oportunidades.



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.”.**

Consideramos que fomentando el empleo joven en la empresa a través de contrataciones y programas de prácticas, contribuimos a promover el desarrollo de la comunidad.



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.”.**

Como hemos comentado, todo este tipo de iniciativas repercute finalmente en reducir la desigualdad en los diferentes ámbitos.

## ALIANZAS ENTRE ASOCIACIONES Y EMPRESAS

### Políticas

#### POLÍTICA DE RSE

Nuestra política de RSE es favorable al establecimiento de acuerdos de colaboración y alianzas con asociaciones o entidades con fines sociales. Buena parte de las acciones llevadas a cabo por Marktel en este ámbito, son canalizadas a través de las mismas.

### Acciones:

#### • ACUERDO DE COLABORACIÓN CON ENTIDADES SOCIALES

Marktel ha firmado acuerdo de colaboración con más de 15 entidades sociales con las que colabora en diferentes proyectos, sobre todo, del ámbito social:



## • ACUERDO DE COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES

En el 2015 se ha continuado colaborando con varias universidades, acogiendo programas de estudiantes en prácticas en varios departamentos.



Universidad  
Carlos III de Madrid



Universidad  
Rey Juan Carlos

## Herramientas de seguimiento:

### Comité de RSE

- Cada año el comité realiza un plan de actuación sobre los diferentes ámbitos de actuación. Entre ellos, se valora las posibilidades de colaboración con otras entidades empresariales, sociales o universidades. Es una herramienta de control sobre las acciones a llevar a cabo cada año.

## Indicadores de seguimiento:

- La inversión dedicada a proyectos comunitarios puede ser un indicador adecuado para evaluar la actividad desarrollada en este ámbito cada año.

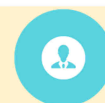
Cantidad de dinero  
invertido en la  
comunidad

- La firma de nuevos acuerdos de colaboración o el mantenimiento de los ya firmados, nos sirven para valorar el cumplimiento de objetivos anuales.

Número de acuerdos de  
colaboración firmados  
o renovados

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



“Alianzas para lograr los objetivos”.

Marktel contribuye a este ODS, creando alianzas con entidades y universidades para realizar proyectos que contribuyan a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.





## MEDIO AMBIENTE



*Nuestra Organización va implementando de manera progresiva procesos respetuosos con el Medio Ambiente destinados no solo al cumplimiento de la legislación medioambiental, sino también orientados a convertir Marktel en una empresa cada vez más sostenible.*

*Para ello, vamos unificando criterios de manera progresiva, en la gestión medioambiental de los diferentes centros, tomando como referencia las normativas vigentes en esta materia.*

## *Nuestros desafíos*

*Optimizar el uso de papel en la entidad y controlar el volumen de materiales impresos*

*Uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente e  
Identificación de los aspectos ambientales del entorno donde opera*



## OPTIMIZAR EL USO DE PAPEL Y CONTROLAR EL VOLUMEN DE MATERIALES IMPRESOS

### Políticas

#### POLÍTICA DE MEDIO AMBIENTE

Nuestra Política Medio ambiental recoge las bases de actuación para ser responsables con el entorno.  
Entre ellas, se estipulan las directrices para optimizar el uso de papel.

### Acciones:

- UTILIZACIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA EVITAR EL CONSUMO INNECESARIO DE PAPEL
- UTILIZACIÓN DE PAPEL POR AMBAS CARAS E IMPRESIÓN A DOBLE CARA
- USO DE PAPEL RECICLADO PARA DETERMINADA DOCUMENTACIÓN INTERNA
- USO DE PUNTOS DE RECICLAJE DE LAS OFICINAS
- REUTILIZAR LOS SOBRES PARA CORREO INTERNO



### Herramientas de seguimiento:

#### Control del consumo de papel

- El departamento de compras supervisa el consumo de papel en las diferentes oficinas.
- Al canalizar la petición de papel a través de este área, se asegura el control del consumo del mismo y se puede intervenir en el caso de observar despilfarro innecesario.

#### Uso de aplicaciones interenas

- En muchas áreas se ha implementado el uso de aplicaciones propias que reducen o eliminan el uso de papel. A través de las mismas, se ahorra en la impresión de comunicados y se reduce el archivo físico en papel.

#### Comunicación Interna

- Anualmente realizamos comunicados dirigidos a nuestro personal para concienciar sobre la necesidad de realizar un uso responsable de este recurso y de aplicar las medidas reflejadas anteriormente.

## Indicadores de seguimiento:

- Desde Marktel, realizamos un seguimiento del volumen de consumo de papel en cada uno de nuestros centros de trabajo.

**Kilos de papel**

- Al igual que el anterior indicador, la inversión realizada en papel es un buen indicador para determinar el consumo que hacemos del mismo, lo cual nos sirve para valorar si las medidas que estamos implementando están siendo efectivas.

**Coste de papel**

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**15 FLORA Y FAUNA TERRESTRES**  
“Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica”.

Marktel hace su aportación a favor de este ODS incorporando prácticas responsables del uso del papel. Reduciendo el consumo del mismo, pretendemos colaborar en la ralentización de la deforestación de los bosques.

Parte de las acciones implantadas, pasan por la formación y la concienciación dirigida hacia nuestros empleados, como una forma de hacer

extensivas estas buenas prácticas no solo al entorno laboral, sino también en el ámbito personal.



**13 LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO**  
“Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos”.

Al utilizar materiales reciclados y reutilizados y reducir los residuos y desechos en las actividades de la empresa es un modo de contribuir a este ODS. Pretendemos que nuestra actividad sea cada vez más eco-eficiente y genere un menor impacto sobre el ecosistema.

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

### Políticas

#### POLÍTICA DE MEDIO AMBIENTE

A través de nuestra política medioambiental establecemos una serie de directrices cuyo fin es minimizar el impacto que nuestra actividad pueda ejercer sobre el medio ambiente.

### Acciones:

#### ● CONTROL Y REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO

- Apagado de PC's y periféricos, así como de luces y de sistemas de climatización cuando no estén siendo utilizados.
- Uso de luces led de bajo consumo y ecotubos.
- Instalaciones que favorecen el aprovechamiento de la luz natural.



#### ● RECICLAJE DE RESIDUOS

Hemos puesto a disposición de nuestros empleados puntos de recogida de reciclaje (papel y toner) cercanos a sus puestos de trabajo con la intención de facilitar esta acción.

#### ● REDUCCIÓN DE LOS DESPLAZAMIENTOS PARA REUNIONES EN OTRAS DELEGACIONES

Fomentando el uso de las videoconferencias logramos un importante ahorro económico, pero también favorecemos al medio ambiente reduciendo las emisiones de gases por la utilización de vehículos para los desplazamientos.

### Herramientas de seguimiento:

#### Control del consumo energético

- El departamento de compras supervisa el consumo de energético
- El personal de recepción de cada centro tiene encomendada la labor de supervisión de que se cumplan las acciones antes comentadas.

#### Revisiones periódicas de instalaciones

- De manera periódica se supervisan las instalaciones eléctricas, y los sistemas de climatización para asegurar el buen funcionamiento de los mismos y evitar el derroche energético.

#### Comunicación Interna

- Puntualmente realizamos comunicados dirigidos a nuestro personal para concienciar sobre la necesidad de realizar un uso responsable de los recursos, favorecer el ahorro energético, y el reciclaje.

## Indicadores de seguimiento:

- A través de la facturación invertida en estas partidas podemos controlar si las medidas de ahorro energético empleadas son realmente efectivas.

Coste de luz,  
agua y  
climatización

## Relación con los 10 Principios y los ODS

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



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica”.**

energético, así como labores de dirigidas a sus empleados que favorecen un consumo responsable de los recursos a nivel laboral que a su vez puedan trasladarse en el ámbito personal.

Marktel hace su aportación a favor de este ODS incorporando medidas para fomentar el ahorro



# ADMINISTRACIÓN

*Desde MARKTEL, condenamos las prácticas poco éticas para la concesión de concursos o tratos preferenciales, y trabajamos para luchar contra la corrupción en todas sus formas.*

*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.*

## *Nuestros desafíos*

*Rechazo de cualquier tipo de soborno, tráfico de influencia y corrupción*



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

### Políticas

#### CÓDIGO ÉTICO

El código ético de 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.

### Acciones:

- **REGULACIÓN 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. En el caso de realizar algún obsequio, el mismo debe ser simbólico o de cortesía.

- **CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE**

### Herramientas de seguimiento:

#### Comité ético

- En MARKTEL existe un órgano creado específicamente para la aplicación, seguimiento y resolución de conductas corruptas.
- Las declaraciones falsas o engañosas, o revelaciones que no son de buena fe puede ser objeto de acciones disciplinarias.
- El Comité de Ética se encarga de la interpretación del código, y de su aplicación, revisión y actualización.
- Este comité también es el encargado de recoger las denuncias e iniciar el procedimiento de información e investigación en caso de que fuera preciso.

#### Formación

- Marktel, ha empezado 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.

## Indicadores de seguimiento

- El comité ético es una herramienta adecuada para obtener índices que determinan el grado de cumplimiento tanto del código ético como de la legislación vigente.

número de casos  
estudiados por el  
comité ético

## Relación con los 10 Principios y los ODS

“Principio 10: Las Empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.”



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles”**

Marktel hace su aportación a favor de este ODS cumpliendo con la legislación nacional de los países en los que opera y con la legislación internacional en derechos humanos.

Así mismo, colabora desarrollando un código ético, para asegurar una gestión transparente y un comportamiento ético por parte de los empleados. Otra forma de participar de este ODS es mediante la creación de una política de regalos, para regular los obsequios recibidos y realizados por los empleados de la empresa.



## PROVEEDORES

*En el 2015 hemos introducido este nuevo grupo de interés con la intención de incorporar nuevas medidas de RSE en nuestra colaboración con la cadena de suministros.*

*Los desafíos descritos a continuación ya se venían llevando a cabo en años anteriores, y nuestra intención ahora, es potenciarlos y afianzarlos. En los años sucesivos iremos incorporando otros nuevos desafíos de manera progresiva.*

*Consideramos que debemos poner en valor la importancia de una gestión responsable en nuestro trato con los proveedores. Dicha relación debe ser vista como una oportunidad de emprender nuevos retos y desarrollar iniciativas socialmente responsables.*

## Nuestros desafíos

*Contratar de servicios que cumplan con los Derechos Humanos*

## CONTRATAR PROVEEDORES DE SERVICIOS QUE CUMPLAN CON LOS DERECHOS HUMANOS

### Políticas

#### POLÍTICA DE COMPRAS

Se está trabajando para implantar una política de compras que nos ayude a optimizar los recursos y a hacer que la gestión de los pedidos sea más ágil. Por otra parte, vamos a incorporar ciertas medidas de control que garanticen que nuestros proveedores cumplen con los Derechos Humanos con criterios de calidad afines a nuestra política.

### Acciones:

#### • COLABORACIÓN CON CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

En el último año MARKTEL ha favorecido la contratación de servicios y la compra de productos a centros especiales de empleo como una medida más para favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad.

Desde el Dpto. de Compras se ha favorecido la contratación de servicios a través de estos centros con respecto a empresas ordinarias que ofertaban condiciones semejantes.

#### • PROVEEDORES QUE CUENTEN CON UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

De manera progresiva, hemos comenzado a solicitar a nuestros proveedores que certifiquen un nivel de cumplimiento mínimo en los estándares de calidad en la prestación de servicios

### Herramientas de seguimiento:

#### Web de compras

- Recientemente hemos creado un aplicativo específico y a medida, para que todas las compras se canalicen a través de este sistema. Esto generará un mayor control pero no solo para conocer el consumo y el coste a nivel interno, si no también para controlar los proveedores actuales y el cumplimiento de requisitos relacionados con RSE.

### Indicadores de seguimiento:

- Como hemos comentado, nos marcamos como objetivo continuar con la contratación de proveedores que al menos cumplan con algún principio del Pacto Mundial y que dicho cumplimiento pueda estar certificado.

**Grado de Cumplimiento de los 10 principios**

- Se está comenzando a solicitar a nuestros proveedores certificados de calidad que garantice un nivel mínimo de cumplimiento de los Derechos Humanos.

**Actualización de las Certificaciones en calidad**

## Relación con los 10 Principios y los ODS

“Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.



“Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”



Tras lo expuesto podemos afirmar que el desafío tiene vinculación con los ODS's que describimos a continuación:



**“Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”**

De manera progresiva, Marktel ha comenzado a crear una cultura empresarial afín a los Derechos Humanos, a través de la implantación de los Principios Rectores. Entre sus fines más relevantes destaca los intentos por fomentar el derecho a un trabajo decente para todos sus trabajadores, lo cual queremos hacer extensivo también a nuestra cadena de suministros.



**“Reducir la desigualdad en y entre los países”**

Como hemos comentado a lo largo de este informe, Marktel ha adoptado ciertas medidas para fomentar la igualdad de oportunidades dentro de la empresa. Este mismo cometido se trata de trasladar en la relación establecida con sus proveedores.

Consideramos especialmente importante, proporcionar igualdad de oportunidades laborales a colectivos con dificultades de inserción.

Con la contratación de servicios a centros especiales de empleo, favorecemos la inserción laboral de personas con discapacidad.

Aunque Marktel no ejerce su actividad en países débiles o en los que la vulneración de los Derechos Humanos esté generalizada, desarrollamos ciertas acciones para favorecer y garantizar el cumplimiento de los mismos.

Marktel evita ser cómplice indirecto al beneficiarse de posibles abusos cometidos por un tercero, en este caso sus proveedores, en cuestiones de Derechos Humanos.



Network Spain  
**WE SUPPORT**

markt