



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2015 / 2016



MediaMarkt®

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

ÍNDICE

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

- 1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas
- 1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial
- 1.3 Promotores del compromiso
- 1.4 Cumplimiento de los ODS
- 1.5 La RSC en el proceso de transformación

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

- 2.1 Promoción del empleo
- 2.2 Expansión
- 2.3 Medio Ambiente
- 2.4 Acciones sociales

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

- 3.1 El cliente en el centro
- 3.2 Apertura Digital Store
- 3.3 Aperturas centro ciudad
- 3.4 MM Training

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

- 4.1 Valores claros
- 4.2 Formación y Promoción profesional
- 4.3 Normativa anti-corrupción
- 4.4 Siente el ROJO
- 4.5 Beneficios sociales
- 4.6 Comunicación y Días especiales
- 4.8 Seguridad y salud



EL COMPROMISO DE MEDIAMARKT

Ferran Reverter
CEO Media-Saturn Iberia

El 2016 ha sido un año de grandes progresos para Media-Saturn Iberia. Hemos trabajado para adaptar nuestro modelo de negocio a las nuevas necesidades y hábitos de compra de nuestros clientes. Cuando llegamos a España en 1999, nuestro objetivo era acercar la tecnología a todo el mundo a precios muy competitivos, ahora, queremos acompañar a nuestros clientes en el mundo digital, poniéndoles en el centro de nuestra estrategia, ofreciéndoles todos los servicios que necesitan y ayudándoles a obtener el máximo partido de la tecnología.

Para ello, hemos apostado por una estrategia omnicanal y estamos llevando a cabo un plan de transformación digital que supone la renovación y adaptación de nuestras tiendas a las necesidades de nuestros clientes. El diseño de estos nuevos establecimientos garantiza un desarrollo sostenible y responsable con el entorno a través de la utilización de energías renovables, la reducción del consumo energético, una gestión óptima de los residuos y la promoción de una movilidad respetuosa con nuestro medio ambiente.

En este proceso de cambio somos conscientes de la importancia de escuchar a nuestros clientes internos y externos, ya que sólo así somos capaces de conocer nuestras fortalezas y debilidades para poder mejorar. Ofrecer un servicio de calidad excelente a nuestros clientes externos comienza por responder a las necesidades de nuestros clientes internos, de nuestro equipo de profesionales. Nuestros colaboradores son, sin duda, el activo de mayor valor de Media-Saturn Iberia.

El ejemplo paradigmático de nuestra apuesta por una estrategia omnicanal ha sido la apertura de la Digital Store de Barcelona en julio de 2016. Este establecimiento supone una auténtica revolución: en un mismo espacio se aúnan todas las ventajas del mundo online (comodidad, rapidez, precios competitivos, los productos más novedosos) con las ventajas de comprar en una tienda física (soporte de vendedores expertos, más de 200 servicios diferentes, cursos de formación y experiencias adicionales para extraer el máximo partido de los productos). Queremos que las personas que entren al establecimiento lo hagan, sobre todo, para vivir experiencias, no sólo para realizar sus compras. Además, al estar situado en el núcleo urbano, presta servicio a un cliente urbanita que no tiene tiempo y con necesidades de compra más inmediatas.

Estamos orgullosos de que España siga siendo un mercado estratégico para el grupo Media-Saturn, con un plan de expansión consolidado: hemos acabado 2016 con 80 tiendas y una plantilla de más de 6.500 personas

No nos vamos a detener aquí y vamos a seguir con nuestros planes de expansión para el futuro, con aperturas en el centro de las ciudades más importantes de nuestro país, que den respuesta a los nuevos hábitos de consumo y eleven la experiencia de compra de nuestros clientes. Los avances son evidentes, somos un caso de éxito dentro de nuestro grupo y queremos seguir trabajando para revolucionar el mercado y cambiar el sector de la electrónica de consumo.

En Media-Saturn Iberia somos conscientes de que cada paso que damos tiene que ir de la mano de un compromiso serio y responsable con todos los actores de la sociedad. Como garantía de este compromiso reafirmamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, cumpliendo así con los diez principios fundamentales derivados de la declaración de las Naciones Unidas para el respeto de los derechos humanos, la mejora del medioambiente y la lucha contra la corrupción, integrando estos principios en nuestra estrategia, cultura de empresa y trabajo diario.

Espero que este Informe Anual sirva para ofrecer una muestra clara del esfuerzo que estamos realizando como compañía para adaptar nuestro modelo de negocio a las nuevas necesidades de la sociedad.



Ferran Reverter
CEO MediaMarkt Iberia

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

***1.1 Nuestro compromiso con el
Pacto de Naciones Unidas***

***1.2 Los 10 principios del Pacto
Mundial***

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

***1.5 La RSC en el proceso de
transformación***

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

1.1 NUESTRO COMPROMISO CON EL PACTO DE NACIONES UNIDAS

En MediaMarkt somos conscientes de que cada paso que damos ha de ir de la mano de un **compromiso serio y responsable con todos los actores de la sociedad**. Como garantía de este compromiso, **reafirmamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, cumpliendo así con los diez principios fundamentales derivados de la declaración de las Naciones Unidas.

1.2 LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

En el siguiente informe de sostenibilidad, detallamos las medidas y acciones llevadas a cabo para el cumplimiento de los 10 principios que se recogen en el pacto y que articulan la estrategia que resumimos posteriormente alrededor de las cuatro áreas.

DERECHOS HUMANOS

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

“Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

DERECHOS HUMANOS

En MediaMarkt nos comprometemos con **el cumplimiento de los derechos humanos** siendo una exigencia clave para nuestros públicos, tanto a nivel interno como externo. Es una de las más firmes garantías de compromiso con el entorno y con el desarrollo del individuo.

Este compromiso se consolida cada día en todos los miembros de nuestra empresa y ha adquirido un peso propio dentro de la política de responsabilidad social corporativa que nos representa como organización. Es una acción que nos define como una compañía tolerante y respetuosa, que lucha desde todos nuestros escalones por mejorar los valores y nuestro pacto con la sociedad en todos sus niveles.



En 2014 creamos un código ético que es la base sobre la que se rige el comportamiento de los principales actores internos. El Código Ético en MediaMarkt es una normativa interna que establece los mínimos de respeto y solidaridad sobre los que se asientan el resto de procesos que desarrolla la compañía.

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

NORMAS LABORALES

"Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva"

"Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción"

"Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil"

"Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación"

Trabajamos para **garantizar las mejores prácticas laborales** y para ofrecer un **entorno de trabajo agradable y respetuoso** construido entre todos.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. FP DUAL

Trabajamos para garantizar la igualdad de oportunidades en el empleo con diferentes programas. Uno de nuestros pilares más fuertes es trabajar por la inserción laboral de los jóvenes. Además, trabajamos a diario en la formación y promoción profesional de nuestros colaboradores ofreciendo oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro de la compañía.

COMPROMISO NPP

Sabemos que escuchar a nuestros clientes internos es una de las claves para mejorar. Por ello, el compromiso Net Promoter People nos permite conocer la opinión de nuestro equipo y tomar medidas al respecto.



1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación



NORMAS LABORALES

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE: MEDIAFLEX

Desde noviembre de 2015 todos los empleados de la compañía con más de 6 meses de antigüedad y contrato indefinido, pueden contratar diversos productos a través el programa de retribución flexible MediaFlex. De esta manera, obtienen interesantes beneficios fiscales, lo que incrementa su retribución neta.

Con MediaFlex, los colaboradores pueden contratar el seguro médico, el cheque guardería, el vale de comida y formación.



1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación



MEDIO AMBIENTE

"Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente"

"Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental"

"Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente"

Nuestro compromiso con el medio ambiente es cada vez mayor y por ello desde 2011 certificamos que **el 100% de la electricidad consumida proviene de fuentes renovables.**

Además, como veremos en los siguientes apartados, hemos llevado a cabo diferentes medidas que nos han permitido **reducir el consumo de energía y gestionar los residuos de manera óptima.**

ANTI-CORRUPCIÓN

"Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno"

En todos los niveles de la organización, el compliance y las conductas corruptas son una amenaza que ponen en peligro la buena imagen y el futuro de la compañía. Por ello, ofrecemos todas las herramientas necesarias para evitar y detectar la corrupción.

1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

1.3 PROMOTORES DEL COMPROMISO

MediaMarkt ha alcanzado varios **acuerdos y tratados con diferentes entidades** para facilitar los procesos sociales que transcurren en cualquier ámbito relacionado con la empresa.

Dentro de nuestra adhesión al Pacto de las Naciones Unidas, cumplimos también con los objetivos de desarrollo sostenible de manera que ya no son únicamente aplicables en un ámbito interno de actuación, sino que son **exigibles a cualquier empresa que quiera colaborar con MediaMarkt**, actuando así como promotores de un cambio hacia la sostenibilidad.



1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

1.4 CUMPLIMIENTO DE LOS ODS

En nuestro trabajo para la sostenibilidad cumplimos con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible:

- 7. Energía asequible y no contaminante**
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico**
- 10. Reducción de las desigualdades**
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles**
- 12. Producción y consumo responsables**
- 13. Acción por el clima**



1. HISTORIA DE UN CAMBIO

1.1 Nuestro compromiso con el Pacto de Naciones Unidas

1.2 Los 10 principios del Pacto Mundial

1.3 Promotores del compromiso

1.4 Cumplimiento de los ODS

1.5 La RSC en el proceso de transformación

1.5 LA RSC EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Sabemos que **toda transformación y evolución ha de ir de la mano de la sostenibilidad** y por ello, queremos que sea un aspecto clave para nuestra compañía.

Nuestra estrategia de RSC se ha articulado, como vimos, en base a los **10 principios defendidos en el pacto Mundial** y en función de los diferentes **actores sociales**.

Responsables con **NUESTRO ENTORNO**
Responsables con **NUESTROS CLIENTES**
Responsables con **NUESTRO EQUIPO**



En los siguientes apartados, detallamos cómo ha sido esta estrategia, desglosando todas las medidas llevadas a cabo con los objetivos propuestos y los resultados alcanzados.

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio Ambiente

2.4 Acciones sociales

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.1 PROMOCIÓN DEL EMPLEO

FP Dual. Uno de nuestros pilares básicos

En MediaMarkt, consideramos que es parte de nuestra responsabilidad como empresa **establecer las vías oportunas y necesarias para la integración de los jóvenes en el mercado laboral.**

La formación es un aspecto clave para tal integración, así que nuestro papel es fomentar una formación de calidad, adecuada a la realidad actual y valorada de manera excelente por los estudiantes.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.1 PROMOCIÓN DEL EMPLEO

Apostamos desde hace más de 10 años por la **Formación Dual** con **acuerdos con diferentes comunidades autónomas**. Además, somos miembros de Alianza para la Formación Profesional Dual de la Fundación Bertelsmann desde noviembre de 2016 y colaboramos de manera estrecha y cercana con diferentes instituciones y centros educativos para fomentar un recurso sólido y estable que ayude a desarrollar la primera experiencia laboral con unas condiciones dignas.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.1 PROMOCIÓN DEL EMPLEO

El programa **de Formación Dual de MediaMarkt** permite a los jóvenes combinar sus estudios teóricos de Formación Profesional con la experiencia práctica remunerada en centros de trabajo de la compañía. Durante su estancia, tendrán la posibilidad de integrarse 100% en nuestro equipo, conociendo diversos departamentos, participando de los proyectos de la compañía, de manera que será de gran ayuda a su crecimiento profesional y personal.

Desde el año 2012, en MediaMarkt trabajamos de la mano de **6 Comunidades Autónomas** para implantar la metodología de Formación Dual en nuestras tiendas: Cataluña, Madrid, Galicia, Valencia, Castilla León y Murcia.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.1 PROMOCIÓN DEL EMPLEO

RESULTADOS:

Durante el año fiscal 2015-2016, hemos albergado un total de **469 becarios**, distribuidos por diferentes regiones e incluidos en todos los ámbitos de la compañía, desde las tiendas hasta la administración.

El nivel de contratación al finalizar el periodo de formación, cercano al **60%**, es una clara muestra del éxito de este tipo de iniciativas como una de las vías más eficaces para luchar contra el desempleo juvenil.

FUTURO:

En el futuro queremos seguir contribuyendo a la inserción de jóvenes al mercado de trabajo, **mejorando las cifras de incorporación y contratación** en nuestras tiendas.

Además, queremos iniciar colaboraciones concretas con instituciones como la Cruz Roja en programas de apoyo al empleo.

	Nº Estudiantes FP Dual	Nº Estudiantes No Dual	Nº Estudiantes contratados FP Dual	% Contratados FP Dual
TOTAL 2015/2016	256	201	146	57%

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.2 EXPANSIÓN CONTINUA

Trabajamos incesantemente para **llegar a todos los puntos de la geografía española** y lo hemos conseguido. Hemos apostado por nuestras tiendas físicas en muchas ciudades españolas, teniendo presencia en todas las comunidades y adaptándonos también a los nuevos canales de venta con nuestra tienda online.

Sin embargo, no dejamos de lado nuestra gran apuesta por las tiendas físicas, son nuestros grandes escaparates de tecnología y desde ellas reforzamos nuestra amplia gama de servicios para nuestros clientes, complementando los que ofrecemos en nuestra tienda online como por ejemplo, la recogida en tienda de las compras realizadas a través de la web. Somos una empresa multicanal, con todas las ventajas que esto implica para nuestros clientes.

Durante el 2016 alcanzamos las 80 tiendas, cubriendo la totalidad del territorio nacional, muchas de ellas en las afueras de las ciudades y cumpliendo un patrón común en cuanto a grandes superficies de venta, buenos accesos y parking para nuestros clientes.

Sin embargo, ahora apostamos también por tiendas más pequeñas en cuanto a superficie, estando disponibles a pie de calle en las principales ciudades. Se trata de nuestro nuevo plan de expansión, con el que, además, **confiamos en poder seguir creciendo y generando empleo.**

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

El **compromiso ambiental** de MediaMarkt pasa por garantizar un **desarrollo sostenible y responsable con el entorno**. Los avances en este ámbito se han orientado a la utilización de energías renovables, la reducción del consumo, una gestión óptima de los residuos y la promoción de una movilidad respetuosa con nuestro medio ambiente.



ENERGÍAS RENOVABLES Y REDUCCIÓN DE CONSUMO

En esta línea, **hemos sellado nuestro compromiso ambiental con un plan de renovación de infraestructuras** que incluye un ambicioso proyecto de renovación de los sistemas energéticos de las tiendas. El plan cuenta con la sustitución de los sistemas más antiguos de gestión energética por la **última tecnología en materia de ahorro y eficiencia energética**. Esta renovación se llevará a cabo a lo largo de dos años y en todos nuestros edificios para minimizar la huella ambiental que generamos.

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

ENERGÍAS RENOVABLES Y REDUCCIÓN DE CONSUMO

Además de reducir el consumo de energía, el compromiso de MediaMarkt va más allá, puesto que asumimos el reto de que **el 100% de la energía que consume nuestra compañía provenga de fuentes de energía renovables**. Es por esto que, desde 2011, MediaMarkt certifica que el 100% de la electricidad que se consume en tienda proviene de las fuentes llamadas verdes.

A lo largo de 2015 ha comenzado la renovación de cerca de 30 tiendas. Esto ha implicado la **instalación de luminarias LED**, que suponen una fuerte reducción del consumo, ya que la tecnología de los LED puede llegar a aprovechar hasta el 90% de la energía que consumen frente al 10% de las bombillas de filamento tradicionales.

Otra de las prácticas que hemos puesto en funcionamiento a nivel de ahorro energético, ha sido la **instalación de sistemas domóticos de control**, los cuales optimizan el uso de luces, sistemas de refrigeración, calefacción, etc. empleando para ello métodos de zonificación, automatización y control de eficiencia entre otros.



Luminarias LED en nuestras tiendas

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

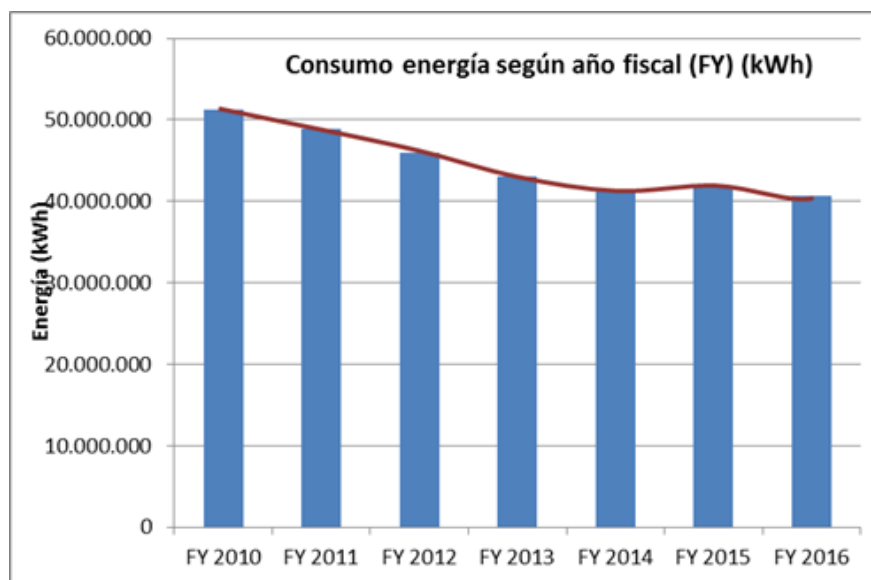
2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

RESULTADOS:

Todo este esfuerzo se ve reflejado en nuestro gráfico de consumo energético en el que se muestra claramente la reducción. **Este efecto será aún más notable a lo largo de los próximos años**, conforme vayan finalizando las reformas pendientes y se universalicen los nuevos sistemas de aprovechamiento energético.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

FUTURO:

Nuestra intención es que **en 2018, todas nuestras tiendas cuenten con la última tecnología en sistemas de iluminación y control del consumo a través de la gestión eficiente**, gracias a la tecnología domótica de la energía. Para ello, a finales de 2015, durante 2016 y parte de 2017 se van a producir reformas en la práctica totalidad de nuestras tiendas.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

RECICLAJE Y REDUCCIÓN DE RESIDUOS

MediaMarkt apuesta en todo momento por **reducir el impacto ambiental** de su actividad al máximo posible, trabajando siempre de la mano de compañías especializadas en la gestión de residuos. En los últimos años ha habido un aumento progresivo de los residuos tratados por nuestros propios medios que se refleja en la tendencia a procesar cada vez más materiales para poder reutilizarlos y proteger así los bienes naturales.

Otra de las apuestas fuertes de MediaMarkt en este sentido, es la reducción paulatina de los residuos de cartón y plástico generados. En la tabla, podemos observar cómo, a pesar del aumento del número de tiendas, decrecen año a año.

Nº Stores	71	73	76	80
	2013	2014	2015	2016
Cartón (Tn)	1184	1224	1156	1127
Plastic (Tn)	29	20	19	17

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

RECICLAJE Y REDUCCIÓN DE RESIDUOS

¡Tod@s reciclamos!

En los últimos años se han ido incorporando diferentes contenedores en los centros de trabajo para que todos los colaboradores puedan reciclar cualquier tipo de artículo. Desde plásticos, cartones y papeles; hasta pequeños electrodomésticos, bombillas o pilas. **Cada pequeña acción suma y, por eso, no queremos dejar escapar ninguna oportunidad de reciclar.**

RESULTADOS:

Incluyendo las nuevas aperturas y las reformas, **hemos conseguido reducir un 10,74% la generación bruta de residuos en dos años.**

En 2016, los residuos sólo se han incrementado un 1,25% a pesar de que se abrieron 4 tiendas y se reformaron numerosas tiendas.

Para lograr estos resultados, hemos trabajado conjuntamente con diferentes proveedores para unificar almacenes y envíos, reduciendo así la generación de residuos por empaquetamiento para transporte.

FUTURO:

Las cifras mejorarán en los próximos años gracias al proceso de centralización logística que estamos llevando a cabo. Además, seguiremos trabajando para concienciar a todos los colaboradores en la importancia de reciclar y reducir los residuos que generamos.

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.3 MEDIO AMBIENTE

MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE

Hemos implantado un **servicio de entrega en bicicleta** con el que el cliente recibe el producto en dos horas utilizando un medio de transporte respetuoso con el medio ambiente.

Además queremos ser un ejemplo de sostenibilidad. Participamos en **ferias de movilidad sostenible y ofrecemos cursos de movilidad** en donde promovemos la utilización de patinetes eléctricos y overboards para desplazarnos por las ciudades.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.4 ACCIONES SOCIALES

En MediaMarkt creemos en el importante papel que tienen las grandes compañías en la colaboración con diferentes asociaciones benéficas de diferentes ámbitos. Por ello, siempre estamos abiertos a establecer diferentes tipos de colaboraciones que puedan contribuir a mejorar nuestro entorno y ayuden a las personas que más lo necesitan.

En el período 2015/2016 colaboramos con las siguientes asociaciones:

Fundación Ánima:



Durante las navidades realizamos una tómbola entre los colaboradores cuya recaudación destinamos a una asociación cercana seleccionada por todos.

En 2016 la asociación ganadora fue la **Fundación Ánima** a la que donamos 20.000 euros para seguir ayudando a que niños enfermos puedan cumplir sus sueños.



2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.4 ACCIONES SOCIALES

CRUZ ROJA

Campana de recogida de juguetes en nuestras tiendas. Compra conjunta de números para el sorteo del oro.

**Esta Navidad...
¡JUGAMOS TODOS!**

Media Markt, en colaboración con Cruz Roja Juventud, participa en una recogida de juguetes nuevos, no sexistas ni bélicos, para repartirlos entre los niños que más lo necesitan de tu provincia y juntos conseguir que estas navidades todos podamos jugar.



SEUR

Colaboramos con la Fundación Seur en la recogida de tapones para ayudar a niños que lo necesitan.

**HACERLES FELICES
¡CUESTA MUY POCO!**



**¡Un simple gesto puede
cambiarlo todo!**
Ayúdanos a reciclar los tapones y juntos podremos
cambiar la vida de quines más lo necesitan.

MediaMarkt

2. RESPONSABLES CON NUESTRO ENTORNO

2.1 Promoción del empleo

2.2 Expansión

2.3 Medio ambiente

2.4 Acciones sociales

2.4 ACCIONES SOCIALES

MERCADILLO SOLIDARIO Fundación Jugaterapia

Realizamos un **mercadillo solidario** en el que los colaboradores podían adquirir diferentes productos a muy buen precio. Con el dinero recaudado, hicimos una compra colectiva de **muñecos solidarios de la Fundación Jugaterapia**.

La **Fundación Jugaterapia** trabaja para **humanizar los hospitales** en los que muchos niños tienen que pasar largas estancias.

Participa en nuestro Mercadillo Solidario

El próximo 16 de diciembre descubrirás la mejor manera de conseguir productos únicos, al mejor precio y con un fin solidario. Consulta el turno que te ha tocado en el sorteo y recuerda que todo lo recaudado será destinado a la Fundación Jugaterapia, especializada en la humanización de los hospitales.



3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.1 EL CLIENTE EN EL CENTRO

3.1.1 PROYECTO CEM

Más atención a nuestros clientes

Los cambios en el entorno hacen necesaria la creación de una nueva figura en MediaMarkt responsable **de garantizar una excelente experiencia de compra a los clientes**, asegurando así los objetivos y resultados del negocio.

En el proceso de transformación de la compañía, el **cliente** pasa a estar en **el centro de la estrategia**, implicando el cumplimiento de nuevos objetivos.

- Mejorar la experiencia de compra
- Que los clientes nos recomienden. Ser un referente en precio, producto y servicio.
- Ser los mejores especialistas en asesorar a los clientes durante todo el proceso de compra.
- Que la excelencia en el servicio al cliente forme parte fundamental del ADN de MediaMarkt.

Queremos ofrecer experiencias omnicanales, homogéneas y excelentes.

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.1 EL CLIENTE EN EL CENTRO

3.1.2 COMPROMISO NPS

El objetivo del proyecto es conocer qué opinan los clientes de nosotros. Medimos el desempeño de la compañía y ayudamos a mantener el espíritu de cambio, implementando mejoras a partir del *feedback* de los clientes.

Algunos ejemplos concretos serían:

- 1) **Contacto directo con los clientes detractores** que nos dan permiso en la encuesta para darles una solución.
- 2) **Compartir las buenas prácticas que las diferentes tiendas han introducido y que han tenido un impacto positivo** en los resultados de las encuestas. Por ejemplo: máquina de turnos en algunos departamentos, reuniones mensuales con los servicios de transporte locales, y envío del estado de reparación al cliente.



3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.1 EL CLIENTE EN EL CENTRO

3.1.3 CONTACT CENTER

Dentro de la estrategia que llevamos a cabo para situar al cliente en el centro, hemos querido trabajar para mejorar la atención que ofrecemos al mismo, más allá de las tiendas. Consideramos que la comunicación es un aspecto clave para conseguirlo, por lo que **hemos mejorado y ampliado nuestros canales de comunicación con los clientes**. En la actualidad, tenemos disponibles las siguientes vías de comunicación:

- **Chat.** Los clientes tienen disponible un chat directo en nuestra web a través del cual pueden enviar sus consultas.
- **E-Mail.** Ponemos a disposición del cliente diferentes direcciones de correo electrónico que revisamos y contestamos periódicamente.
- **Teléfono.** Sabemos que es una vía muy utilizada y por ello tenemos un call center general y otro en la mayoría de las tiendas diseñado exclusivamente para dar respuesta a las demandas de nuestros clientes.
- **Redes Sociales.** Nos mantenemos activos y contestamos a los clientes a través de nuestras redes sociales(Facebook, Twitter, Instagram y Google place)
- **Encuesta NPS-Call Back actions.** Como mencionamos en el punto anterior, la encuesta NPS nos permite conocer la satisfacción de nuestros clientes, así como nuestras fortalezas y debilidades en el servicio que ofrecemos.

1. Historia de un cambio > 2. Nuestro entorno > 3. Nuestros clientes > 4. Nuestro equipo

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center


3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad


3.4 MM Training


3.1 EL CLIENTE EN EL CENTRO

3.1.3 CONTACT CENTER

Contáctanos 

Si tienes cualquier duda sobre tu compra o consulta sobre nuestras tiendas, puedes contactar con nosotros como prefieras:

 Escríbenos un mensaje directo a nuestro perfil de Facebook: facebook.com/MediaMarkt.ES

 O a nuestro perfil de Twitter: [@MediaMarktAC](https://twitter.com/MediaMarktAC)

También puedes enviarnos tu consulta a través de este formulario:

Campos obligatorios*

Tema de la consulta*


Nombre*

Correo electrónico*

Teléfono

Consulta*

☐ He leído y acepto la [Política de Privacidad](#) y las [Condiciones de uso](#)


☐ No soy un robot 

¿Has consultado nuestras Preguntas Frecuentes?

En ellas resolvemos tus dudas sobre pedidos, métodos de pago y mucho más.

[Preguntas frecuentes](#)

Enviar >

 **LLámanos a nuestro teléfono de atención al cliente: 902 10 25 73**

Horario de lunes a viernes de 9:00 a 22:00 horas; sábados, domingos y festivos de apertura de 9:00 a 20:00 horas.
Coste de la llamada: establecimiento de la llamada y coste de una llamada nacional según tarifa contratada por el cliente con su operador de telefonía.

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.2 APERTURA DIGITAL STORE

La **Digital Store** nace como resultado de los cambios en las necesidades de nuestros clientes y de la sociedad en general. Estamos ante un cliente diferente que necesita respuestas diferentes.

Nuevas formas de comprar + cambio de competidores + cambio entorno tecnológico
Nuevo Cliente hiperconectado, sensible al precio, tecnológico, interactivo y social que espera disponibilidad inmediata

La renovación de las tiendas tradicionales ya no es suficiente y hemos querido desarrollar un establecimiento totalmente nuevo para responder a todos estos nuevos clientes, mejorando su experiencia de compra y, por tanto, su relación con nosotros. Para todo esto, nace la **DIGITAL STORE**.



3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.2 APERTURA DIGITAL STORE

La Digital Store aúna todas las ventajas del mundo online (comodidad, rapidez, precios competitivos y todo el surtido de productos) **añadiendo las ventajas de comprar en una tienda física** (soporte de vendedores expertos, más de 200 servicios diferentes, cursos de formación y experiencias adicionales).

3 PILARES FUNDAMENTALES

Proximidad

Experiencia

Digitalización

RESULTADOS:

Los resultados han sido realmente buenos. En el primer año, han visitado la tienda más de 306.000 clientes y se han realizado más de 43.000 pedidos. Además, la venta 'online' ha crecido más de un 300% en la zona.

FUTURO:

Gracias a la digital podremos obtener información que nos permita mejorar la atención al cliente puesto que nos ofrece datos muy importantes de cómo se consume. Con este nuevo formato podemos observar el comportamiento de los nuevos compradores para adaptarnos, de la manera más fiel posible, a los mismos.

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3. APERTURAS CENTRO CIUDAD

NUEVA TIENDA EN PLAZA CATALUNYA

La nueva apertura en Plaza Cataluña, pleno centro de Barcelona, busca ofrecer una mayor proximidad para dar respuesta al cliente más urbanita y cubrir las necesidades de compra más inmediatas.

RESULTADOS:

Posicionándonos en el centro de la ciudad nos acercamos a todo tipo de clientes sin necesidad de que tengan que desplazarse a las grandes superficies que, tradicionalmente, se situaban en las afueras.



FUTURO:

De la misma manera que abrimos la Digital Store, las aperturas de centro ciudad responden a una estrategia para adaptarnos a las nuevas formas de consumo por lo que en los próximos años ampliaremos nuestra presencia al centro de las grandes ciudades.

3. RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES

3.1 El cliente en el centro

3.1.1 Proyecto CEM

3.1.2 Compromiso NPS

3.1.3 Contact Center

3.2 Apertura Digital Store

3.3 Aperturas centro ciudad

3.4 MM Training

3.4 MEDIAMARKT TRAINING

NACE MEDIAMARKT TRAINING

En nuestra carrera de situar al cliente en el centro y cubrir las necesidades más allá del tradicional proceso de compra, hemos creado MediaMarkt Training.

MediaMarkt Training nace para ofrecer diversas formaciones dirigidas a públicos de diferentes edades y necesidades. Queremos que los clientes vengan a nuestras tiendas a disfrutar, ofreciéndoles experiencias completas.

Queremos facilitar el uso de la nueva tecnología, sacándole el máximo partido posible.

Durante el 2016 se han llevado a cabo formaciones de: *Iníciate con la fotografía, Empieza con el iPhone, Empieza con tu Smartphone, Sácale partido a tu Smart TV, Programa robótica en familia y Programa tu primer robot, entre otros...*



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.1 VALORES CLAROS

NUESTROS COLABORADORES COMO EL ACTIVO DE MAYOR VALOR

Nuestra compañía se identifica por unos valores que nos diferencian del resto. Nuestro espíritu e identidad. El respeto, la libertad, la comunicación, la responsabilidad, la iniciativa y la confianza; Seis valores sobre los que se sostiene MediaMarkt, creando un entorno de trabajo en el que las personas se sientan respaldadas.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.1 VALORES CLAROS



Libertad: Es la capacidad de cada uno de nosotros para tomar decisiones, para poder asumir riesgos controlados, para poder equivocarnos y aprender de nuestros errores. El poder está en las personas y en su capacidad.

Responsabilidad: El grado de libertad determina el grado de “responsabilidad”, valorando las consecuencias de nuestras decisiones y asumiendo las consecuencias de las mismas.

Confianza: Poseemos un espíritu abierto, honesto y transparente.

Respeto: Mostramos siempre respeto hacia nuestros compañeros, nuestros colegas, nuestros proveedores y nuestros clientes.

Iniciativa: Si queremos que todo permanezca como está, tenemos que estar preparados para cambiarlo todo.

Comunicación: Transparencia, puertas abiertas, accesibilidad, jerarquías planas... es una condición básica. Todos nuestros equipos, proveedores y clientes deben estar involucrados con el proyecto MediaMarkt.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

El empoderamiento de nuestros públicos internos es una de nuestras principales herramientas para otorgar mejores competencias y una mayor empleabilidad a nuestros trabajadores. A través de diversos proyectos formativos, se obtienen unos conocimientos técnicos y específicos con los que formar a mejores profesionales, cimentando y consolidando una trayectoria profesional que les garantiza un desarrollo futuro.

En 2016 hemos trabajado con los siguientes proyectos:

- **Piensa en ROJO**
- **Proyecto Supervendedor**
- **Proyecto Next**
- **Formación de idiomas**
- **E-Learning**



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.1 PIENSA EN ROJO

Piensa en ROJO, ha sido el gran proyecto estratégico de “Transformación” de la compañía, fruto del trabajo conjunto de los departamentos de RRHH y Customer Experience.

En este año, la compañía puso el foco en el cliente y este proyecto nace con el objetivo de apoyar este proceso de cambio desde el ámbito de la formación, queriendo lograr que la Atención al Cliente se convierta en el ADN de la compañía.



El proyecto tiene 2 líneas de actuación: Por un lado, la **formación presencial** de 20h de duración y por otro un **proyecto de formación de formadores**, que darán continuidad y velarán porque siga vivo el espíritu del proyecto, impartiendo cápsulas formativas de refresco y novedades del mismo.

Para la selección de los formadores internos no se ha valorado tanto su responsabilidad profesional, como su contacto con el negocio y el cliente, las capacidades y habilidades de comunicación, así como la actitud, la disponibilidad y su posible dedicación.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.1 PIENSA EN ROJO

Se ha preparado una fuerte campaña de comunicación a través de cartelera, mailing y un concurso para todos los empleados a través de una APP móvil con una temática que giraba alrededor de los 5 sentidos.

App



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.1 PIENSA EN ROJO

RESULTADOS:

Piensa en ROJO, se ha conertido en el **proyecto de formación estratégica del año**. Causando un gran impacto en todo el personal de las tiendas y en la organización en general.

El Piensa en ROJO ha servido para girar definitivamente el timón y orientarnos al cliente.

Nivel de interacción con la APP

Inscritos en el programa	6570
Usuarios activos	5899
Usuarios app	2060
Movimientos	203.418
Preguntas respondidas 1r	6611
Fotos	1224
Likes a fotos	52735
Preguntas 3r juego	3638
Partidas al pong	94.345
Comentarios	4112
Likes comentarios	40.279



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.1 PIENSA EN ROJO

FUTURO:

“Piensa en ROJO” es un proyecto vivo, que no acaba únicamente en la formación, sino que es el inicio de todo un programa de transformación de nuestro negocio.

Como ya comentamos, uno de los aspectos fundamentales del Piensa en ROJO, ha sido un proyecto de **formación de formadores** gracias al que hemos consolidado un equipo de personas encargadas de garantizar la permanencia y conocimiento del «Piensa en ROJO» por parte de todos los colaboradores, incluyendo las nuevas incorporaciones.

Se han implementado proyectos en todas las tiendas a nivel nacional para continuar con las formaciones de toda la plantilla, manteniendo una formación continua que proporcione las herramientas necesarias para continuar creciendo a nivel personal y profesional.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.2 PROYECTO SUPERVENDEDOR

El Proyecto Supervendedor ha planteado una pequeña competición entre todas las tiendas en la que los puntos se conseguían realizando formaciones. Ha supuesto un reto formativo en todos los equipos mejorando así, el seguimiento del número de formaciones realizadas correctamente.

Los cursos se han centrado en dos conocimientos clave: **Excelencia en atención al cliente** y en **ofrecer soluciones globales** (omnicanalidad),



Durante el proyecto, se han llevado a cabo diversas acciones de **seguimiento y promoción**, fomentando la participación de las tiendas, enviando la información de las formaciones que realizaban, así como incrementando el número de formaciones de producto y habilidades a medida que crecía el proyecto.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.2 PROYECTO SUPERVENDEDOR

FUNCIONAMIENTO:

A medida que se iban realizando las formaciones, se adquirían puntos. Una vez finalizado el tiempo marcado, las 5 tiendas con mayor puntuación eligieron al mejor supervendedor de la tienda, que fue el encargado de presentar un proyecto ante Dirección General para aspirar a ser nombrado el mejor Supervendedor de España.

Así mismo, las 5 tiendas recibieron un premio para invertir en sus equipos.



Finalistas encargados de presentar al proyecto ante los miembros del Board

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.3 PROYECTO JUMP!



JUMP! ha sido un proyecto de formación diseñado para dotar de nuevas herramientas y conocimientos a **los Jefes de Sección, Coordinadores o Primeros Vendedores** de las diferentes tiendas.

El propósito principal del programa de formación ha sido **incrementar la profesionalización, desarrollar una visión compartida y alcanzar homogeneidad en el desempeño laboral y el liderazgo**. Para ello se han tratado diferentes contenidos como: La toma de conciencia, la eficiencia, la dirección de personas, la habilidad de comunicar y cómo abordar proyectos de mejora de la tienda.

Dicha acción formativa se ha desarrollado durante 38h presenciales, transmitiendo los contenidos didácticos propuestos. Esta modalidad formativa se ha reforzado con la interacción directa alumno/docente aplicando técnicas de debate, exposición rotativa, etc., dando también respuesta a la demanda de la empresa.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.3 PROYECTO JUMP!

RESULTADOS:

Los resultados del proyecto han sido muy positivos y ha obtenido buenas valoraciones por parte de los participantes. En cuanto a los objetivos del curso, los consideraron muy relevantes para su trabajo. Todos afirmaron que los ponentes y los contenidos hacían que todo fuese muy claro y el ambiente en general ha sido muy bueno. En la valoración final, muchos han destacado el deseo de repetir en ediciones posteriores.



FUTURO:

Tras esta primera experiencia queremos convertir el JUMP en un proyecto formativo anual para los destinatarios en base a los que se ha diseñado. De esta manera, la formación será continua en nuestros equipos cubriendo todas las nuevas necesidades que puedan surgir.

JUMP!

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.4 PROYECTO DRIVING!



El **Proyecto Driving**, ha sido el proyecto estratégico de la compañía, a través del cual se pretende formar y preparar a nuestros Gerentes, para ser **los líderes del futuro de MediaMarkt**, para orientar el negocio del cliente, aprovechar al máximo las oportunidades de la omnicanalidad y acompañar a MediaMarkt en su proceso de transformación.

A su vez, también se forman **Directores corporativos y Directores Regionales**, como catalizadores al frente de sus equipos para organizar, planificar y gestionar, dando soporte a las tiendas. Por este motivo, se ha diseñado un gran proyecto formativo, que incluye sesiones de coaching individual y de grupo.



El proyecto ha contado con un total de 129 participantes

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.4 PROYECTO DRIVING!



RESULTADOS:

La nueva estrategia formativa ha sido valorada de manera positiva tanto por los participantes en la misma, como por los encargados de llevarla a cabo. Ha permitido desarrollar estrategias eficaces de gestión de equipos para la consecución de los objetivos, observando el proceso completo desde el planteamiento hasta el final.



FUTURO:

Los objetivos para el futuro, pasan por ampliar el programa a distintos perfiles de la compañía que estén al frente de un equipo. Queremos acompañar a nuestros colaboradores para que sean líderes del cambio que atraviesa nuestra compañía.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.5 FORMACIONES DE IDIOMAS

En MediaMarkt, como empresa que opera en diferentes países europeos, creemos en la importancia que tiene el conocimiento de diferentes idiomas.

Por ello, hemos ofrecido cursos de idiomas adaptados a cada nivel, proporcionando la oportunidad de mejorar la empleabilidad de nuestros colaboradores durante toda su trayectoria profesional.

RESULTADOS: El idioma elegido por la mayoría fue el inglés y, en menor medida, el alemán.

FUTURO: Mantendremos este tipo de formaciones durante los próximos años creyendo en el gran valor de las mismas.

¡APRENDE INGLÉS!



APÚNTATE A INGLÉS Y MEJORA TU NIVEL

Las clases serán de 3 horas semanales divididas en dos sesiones de 1,5h cada una.
Fecha de inicio: 12/09/2016

MediaMarkt

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.2 FORMACIÓN Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

4.2.6 FORMACIONES E-LEARNING

Otro punto destacable en la formación que ofrecemos a nuestro equipo de colaboradores es la plataforma de e-learning.

En esta plataforma, colgamos formaciones muy variadas facilitando el acceso a toda la compañía independientemente de la posición o situación geográfica del colaborador que quiera formarse.

En MediaMarkt trabajamos a diario para mantener esta plataforma actualizada con nuevos cursos y llevamos un seguimiento de los mismos para asegurarnos de que se realizan y se adaptan a las necesidades de nuestra compañía.

Formación de producto e-learning:

En la plataforma e-learning, además, podemos encontrar formaciones de producto, gestionadas junto con diferentes proveedores, que mejoran la capacitación de nuestros equipos.

Cursos	Destinatarios
Welcome in	Toda la plantilla
Atención al cliente	Toda la plantilla
Técnicas de venta	Toda la plantilla
Compliance	Toda la plantilla
Antitrust	Mandos y coordinadores
Protección de datos	Toda la plantilla (no obligatorio)
Correo electrónico	Personal con acceso a e-mail
Marcas Propias	Toda la plantilla excepto almacén y NNTT

Principales cursos realizados por las tiendas

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

Tanto en su política internacional, como en todos los esfuerzos que se canalizan a nivel nacional, MediaMarkt centra su política anticorrupción en un **estricto control y seguimiento de las formaciones y comunicaciones** que se lanzan desde el departamento jurídico de la compañía.

En todos los niveles de la organización, el compliance y las conductas corruptas son una amenaza que puede poner en peligro la buena imagen y el futuro de la compañía.

Somos conscientes de que la mejor manera de luchar contra este tipo de conductas es dotar a los posibles afectados de las herramientas necesarias para evitarlas y ofrecer una formación constante. El trabajo mano a mano con los implicados y un seguimiento que garantice que, en cualquier conducta dudosa, han tenido acceso a las herramientas necesarias.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

COMPLIANCE OFFICER

Dentro de la compañía, se ha creado un cargo específico en cada país, el **Compliance Officer**, encargado de **velar por las buenas prácticas dentro de la compañía**. Esta es la persona de referencia encargada del juego limpio y tiene la misión de generar y promover las herramientas necesarias para que todos los integrantes de la compañía, tengan siempre acceso al recurso preciso para acceder a todas las alternativas necesarias para denunciar las malas prácticas.



De esta manera, la lucha contra la corrupción dentro de MediaMarkt adquiere un peso específico ya que, gracias a la figura de Compliance Officer, todos los miembros de la compañía tienen siempre presente las situaciones permitidas y las que cruzan la línea de lo prohibido por cuestiones legales o éticas.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales


4.8 Seguridad y salud

4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

CANAL DE DENUNCIAS

MediaMarkt, desde su ámbito internacional, ha puesto a disposición de todos sus colaboradores un canal interno, privado y anónimo, desde el que cualquier integrante de la compañía puede explicar las diferentes situaciones que le generen dudas o inquietudes.

Este canal es una línea directa con el Compliance Officer, quien se encargará de tomar las decisiones necesarias y poner soluciones a cualquier conflicto que se pueda plantear. Este canal de denuncias es una forma segura de comunicar cualquier situación conflictiva salvando la integridad y el anonimato de quien lo denuncia, que muchas veces puede correr el riesgo de ser señalado dentro de la compañía y, en ocasiones especialmente graves, incluso por sus propios superiores.



If you would like to send your **first** report, please click here:

[Submit report](#)

If you have already set up a postbox, you may login here:

[Login](#)

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

FORMACIÓN

En MediaMarkt sabemos **que la formación es el único camino para prevenir y luchar realmente contra las situaciones protagonizadas por actos corruptos o conductas inapropiadas**. La educación es la forma más fácil y segura de garantizar una buena actitud y un conocimiento pleno de todos los recursos disponibles.

Este conocimiento, además, se hace viral y se propaga por toda la compañía. Acompaña a todos nuestros colaboradores en su trayectoria profesional y se consolida traspasándose entre todos los miembros. La mejor manera de no tener dudas es conocer siempre la decisión acertada.

Las **formaciones se realizan de manera generalizada en la primera semana de estancia en la compañía** y luego se refuerzan con píldoras anuales que llegan a todos los empleados. El compromiso de realizar las formaciones lo toma cada uno de los mismos y realizamos un seguimiento de todos los que han tomado parte en todas estas iniciativas.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

TRAIN THE TRAINERS



El **compromiso anti-compliance** de la compañía nos lleva a documentar por escrito, en todos los niveles de la compañía, que todo el personal ha realizado las formaciones necesarias para tener pleno conocimiento de las situaciones permitidas y las que suponen un riesgo que roce tanto los límites legales como los de la ética.

De esta manera, fomentamos el compromiso de todos los mandos y animamos a trasladar este compromiso a todo el equipo, ya que todo nuestro personal tiene que estar formado en materia de anti-corrupción desde su primera semana.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



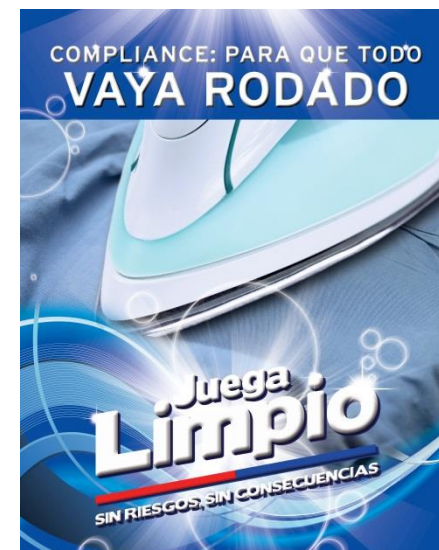
4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN

Además de la formación, como medida de refuerzo y para darle una mayor visibilidad a la problemática que puede surgir alrededor de todo este tipo de actitudes, **la compañía lanza una campaña de concienciación** planificada a dos años para darle una **mayor presencia y reforzar todos los contenidos que se tratan en las formaciones.**

Estas campañas incluyen imagen gráfica. **Cada mes se distribuye un nuevo cartel en todas las sedes** de la compañía, de manera que cualquier colaborador de MediaMarkt tiene conocimiento de todas las prácticas que no se pueden considerar válidas y de cuál es la forma correcta de actuar en cada situación.

Además, cada seis meses aproximadamente, se envía una newsletter explicando todas las novedades para continuar asentando los conocimientos a transmitir.



MÁS INFORMACIÓN EN NUESTRA INTRANET
O CON NUESTRO COMPLIANCE OFFICER

MEDIA - SATURN

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.3 NORMATIVA ANTI-CORRUPCIÓN

POLÍTICA DE CONTRATACIÓN CON SOCIOS COMERCIALES

Nos tomamos muy en serio el trato con todos nuestros proveedores y socios comerciales. Es por esto que, con cada nuevo acuerdo alcanzado, va adjunto una serie de **puntos contractuales que nos garantizan que la relación con cada uno de nuestros socios es la correcta.**

En estos puntos del acuerdo, quedan claros todos los principios y valores que defiende MediaMarkt. Como compañía, MediaMarkt exige a todos sus socios comerciales lo que considera que es un mínimo que, si bien se sitúa por encima del mínimo legal, es una consideración propia que nos protege y nos diferencia del resto.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.4 SIENTE EL ROJO



El Objetivo de "Siente el ROJO" es fomentar el sentido y orgullo de pertenencia de las personas que forman parte del equipo Media Markt. Para ello, trabajamos de manera conjunta con nuestros empleados para poder conocer sus inquietudes e ideas y que éstas nos ayuden a mejorar su situación con nosotros.

IMPLANTACIÓN DE LA MEDICIÓN DEL ÍNDICE DE COMPROMISO

NPP

Uno de los puntos de la estrategia de Siente el Rojo era **mejorar la satisfacción y compromiso de nuestros colaboradores**. El proyecto NPP, Net Promoter People, busca cumplir ese objetivo, ya que nos permite conocer las percepciones y puntos de vista que tienen los empleados sobre la compañía, de manera que los resultados puedan ayudar a la organización a generar mejoras y cambios en la misma.

*En Media Markt
nos hemos propuesto
llegar a nuestro público
MÁS IMPORTANTE.*

*Por eso, por tí, por vosotros,
QUEREMOS CONOCER VUESTRA OPINIÓN
sobre la empresa, sobre el día a día y cómo veis
vuestro futuro con nosotros.
Participa en el NPP, es completamente anónimo
¡ayúdanos a ayudarte!*

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



HERRAMIENTA NPP

Para el NPP utilizamos una herramienta ofrecida por AON mediante la cual los colaboradores contestan preguntas a través de una APP de manera totalmente anónima. Una vez hecho esto, se obtiene un resultado inmediato del grado de compromiso, que el trabajador puede ver al momento.

Gracias a este sistema, el equipo puede expresar su opinión de manera anónima en un par de minutos.

VENTAJAS

- Reducir el ciclo de “encuesta-informe-feedback-acción” a segundos
- Preguntar a los empleados a través de “pings” de forma continua
- Monitoriza opiniones/engagement a lo largo del tiempo
- Conecta con los empleados en cualquier lugar: App
- El encuestado recibe feedback instantáneo
- Promover la concienciación de responsabilidad sobre el propio engagement

4.4 SIENTE EL ROJO



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.4 SIENTE EL ROJO

RESULTADOS:

Los resultados nos ofrecen una visión muy realista de la satisfacción de nuestros colaboradores, independientemente del lugar geográfico en el que se encuentren. Conociendo mejor a nuestros colaboradores, podremos actuar para mejorar su situación.



FUTURO:

Seguiremos acercándonos a nuestros equipos e interesándonos por su opinión. Los retos para los próximos años pasan por encontrar la mejor manera de dar respuesta a todas las necesidades que arroja el NPP

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.5 BENEFICIOS SOCIALES

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE: MEDIAFLEX

MediaFlex es un sistema de **retribución flexible** a través del cual los colaboradores pueden decidir libremente, y cada año, cómo recibir parte de su salario, cambiando la retribución dineraria por aquellos productos o servicios que se ajusten a sus necesidades de cada momento, y todo ello con ventajas económicas y fiscales.

MediaFlex

Plan de retribución flexible

El proyecto se lanzó por primera vez, a pequeña escala, en el último trimestre del año 2014. En **noviembre de 2015 todos los empleados de la compañía con más de 6 meses de antigüedad y contrato indefinido** ya han podido contratar diversos productos a través de MediaFlex, obteniendo interesantes beneficios fiscales e incrementando su retribución neta.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

- 4.2.1 Piensa en ROJO
- 4.2.2 Proyecto Supervendedor
- 4.2.3 Proyecto Jump!
- 4.2.4 Driving!
- 4.2.5 Formaciones de idiomas
- 4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

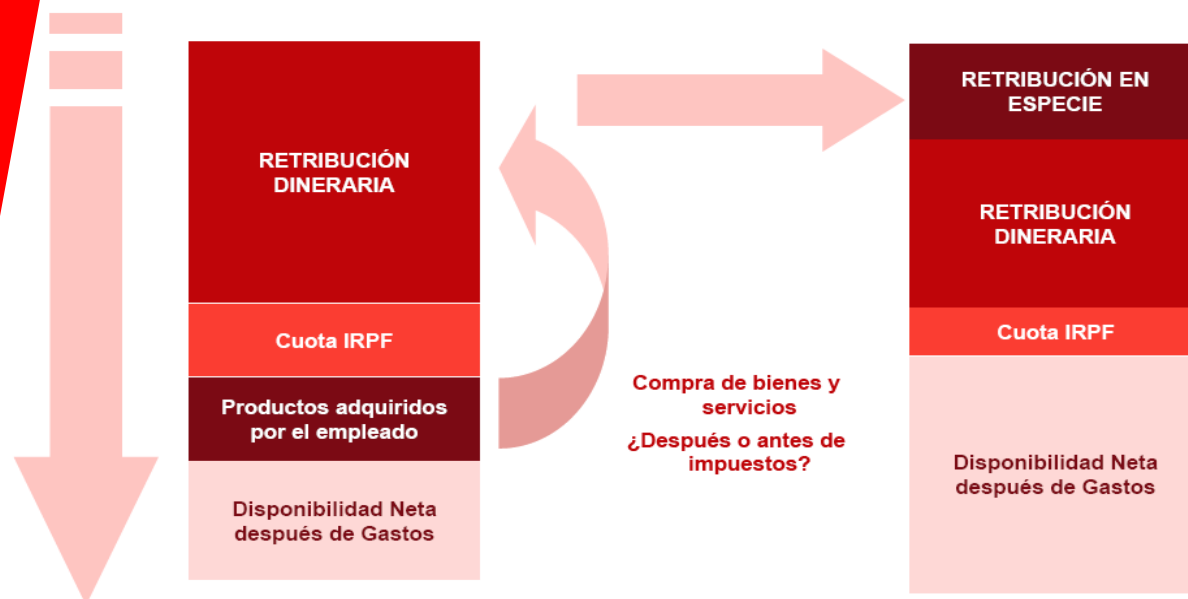
4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.5 BENEFICIOS SOCIALES

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE: MEDIAFLEX



MediaFlex

Plan de retribución flexible



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.5 BENEFICIOS SOCIALES

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE: MEDIAFLEX

BENEFICIOS

- Ofrece mayor variedad de beneficios sociales
- Aumenta el salario neto disponible del colaborador
- Paga a cada colaborador de manera individualizada en función de sus necesidades
- Ayuda a los colaboradores a obtener mejores precios
- Optimiza el paquete retributivo

PRODUCTOS MEDIAFLEX

- Vale de comida
- Cheque de guardería
- Seguro de Salud
- Vale de transporte
- Formación idiomas

MediaFlex
Plan de retribución flexible



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.5 BENEFICIOS SOCIALES

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE: MEDIAFLEX

RESULTADOS:

En su primer año de vida, solicitaron productos con MediaFlex 273 personas de diferentes Comunidades Autónomas.

El producto más solicitado fue el seguro médico con un total de 176 solicitudes.

Región0	Nº de sociedades	Nº personas
E000		3 personas
E200		106 personas
E600		9 personas
Andalucía	9 tiendas	20 personas
Canarias	4 tiendas	19 personas
Cataluña	15 tiendas	47 personas
Centro	13 tiendas	30 personas
Levante	13 tiendas	20 personas
Norte	9 tiendas	19 personas
TOTAL	66 sociedades	273 personas

FUTURO:

Seguiremos ofreciendo MediaFlex durante los próximos años y nuestro objetivo es darle una mayor difusión al proyecto para que se puedan beneficiar el máximo número de colaboradores posible.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



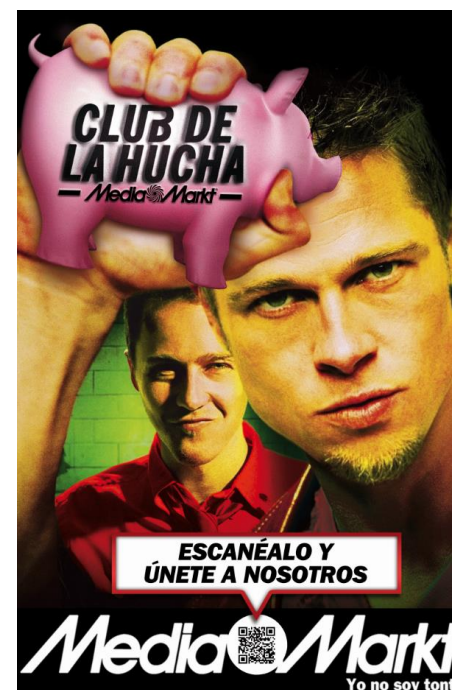
EL CLUB DE LA HUCHA

Se trata de un club privado con el que **ofrecemos a nuestros colaboradores descuentos en diferentes productos o viajes.**

En el momento en que una persona se incorpora a la compañía ya puede darse de alta en el club para empezar a descargar diferentes cupones cada semana.



4.5 BENEFICIOS SOCIALES



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



Creemos en la **importancia de que nuestro equipo de colaboradores esté motivado y se sienta como una parte imprescindible de la compañía.**

En el 2016 se ha hecho hincapié en la **importancia de la comunicación interna** reforzando los canales clásicos como la Intranet y mejorando la comunicación a los trabajadores con formatos más interesantes y atractivos.

MEDIANEWS: NEWSLETTER COLABORATIVA

Cada semana se envía a toda la plantilla una newsletter colaborativa, fruto de una mezcla de informaciones y noticias. Las tiendas pueden enviar noticias de sus eventos e iniciativas para que luego se publiquen en la Newsletter.

El objetivo de MediaNews es acercarnos los unos a los otros para salvar las distancias entre los 6500 trabajadores repartidos por toda la península.

4.6 COMUNICACIÓN



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



4.6 COMUNICACIÓN

MEDIATALKS: DESAYUNOS CON EL BOARD

En 2015 desarrollamos esta iniciativa para facilitar una **comunicación cercana y transparente con todos los miembros del Board.**

En **MediaTalks**, grupos aleatorios de colaboradores pueden desayunar con el CEO, el CPD o el COO y comentar de una manera informal todas aquellas dudas o inquietudes sobre la compañía.

Aprovecha tu momento para conocer mejor a nuestra Dirección General



Próximo desayuno:

Viernes 15 de julio

de 09:15 a 10:15

en la Cantina

(Con invitación previa)

Si te gustaría compartir este desayuno con el Board, por favor envía un mail a prensa@media-saturn.com

Media Talks
Tu momento con el Board

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.6 COMUNICACIÓN

BUZÓN DE SUGERENCIAS ANÓNIMO

Siendo conscientes de la importancia que tiene la comunicación en todas las direcciones, hemos creado un **buzón de sugerencias anónimo** a disposición de todos los empleados.



A través de este buzón podemos conocer las necesidades o problemas del equipo de una manera directa.

Los colaboradores pueden acceder al buzón a través de la Intranet, escribir y enviar sus comentarios y, una vez son recibidos, se estudian para buscar posibles soluciones.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.7 DÍAS ESPECIALES



Durante el año, hemos celebrado diferentes jornadas lúdicas, tanto en la tienda como en HQ.

Queremos que todos los colaboradores compartan momentos diferentes entre ellos, más allá del trabajo del día a día. Estas jornadas son muy positivas para el equipo porque no solo disfrutan de un día diferente sino que se refuerza la unión entre los compañeros y con la propia compañía.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.7 DÍAS ESPECIALES

FAMILY DAY Y KIDS DAY

Con el objetivo de ofrecer una jornada diferente a todo el equipo, se han diseñado los Family Day y los Kids Day. Se trata de días especiales en los que nuestros colaboradores comparten momentos con sus pequeños, ya sea en el propio lugar de trabajo o en una escapada con los compañeros.

Esta iniciativa se organiza tanto en las tiendas como en la administración y conluga, por unas horas, trabajo y familia. Los padres disfrutan con sus hijos y los peques están encantados de visitar el trabajo de sus padres y pasar el día con ellos.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.7 DÍAS ESPECIALES

TEAM DAY

Los Team Day son ya una tradición en MediaMarkt. Se trata de un día repleto de diferentes actividades lúdicas en el que los colaboradores comparten momentos inolvidables con los nuevos compañeros.

El equipo de MediaMarkt va mucho más allá de la tienda y por ello creemos que es fundamental organizar estas jornadas.



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud

4.8 SEGURIDAD Y SALUD

MEDIAMARKT EN FORMA



Participación en la carrera de las empresas

Queremos favorecer el bienestar de nuestros colaboradores con el fomento de hábitos saludables, mejorando su satisfacción y haciendo de nuestra compañía un lugar mejor para trabajar. Por ello, hemos promovido iniciativas relacionadas con la práctica deportiva que, además, nos permiten compartir grandes momentos en equipo.

4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

4.8 Seguridad y salud



COLABORACIÓN CON EL BANCO DE SANGRE

Durante el 2016 hemos organizado dos donaciones de sangre en HQ.

Gracias a ellas, alrededor de 100 de nuestros colaboradores han donado su sangre al **Banco de sangre y tejidos de la Generalitat de Catalunya**.

4.8 SEGURIDAD Y SALUD

¡Comparte tu felicidad!



Te esperamos el próximo 29 de noviembre para una nueva jornada de donación.

¡Ánimate! son sólo 5 minutos y entre todos los participantes se sorteará una pulsera de actividad

MediaMarkt®



4. RESPONSABLES CON NUESTRO EQUIPO

4.1 Valores claros

4.2 Formación y Promoción profesional

4.2.1 Piensa en ROJO

4.2.2 Proyecto Supervendedor

4.2.3 Proyecto Jump!

4.2.4 Driving!

4.2.5 Formaciones de idiomas

4.2.6 Formaciones e-learning

4.3 Normativa anti-corrupción

4.4 Siente el ROJO

4.5 Beneficios sociales

4.6 Comunicación y Días especiales

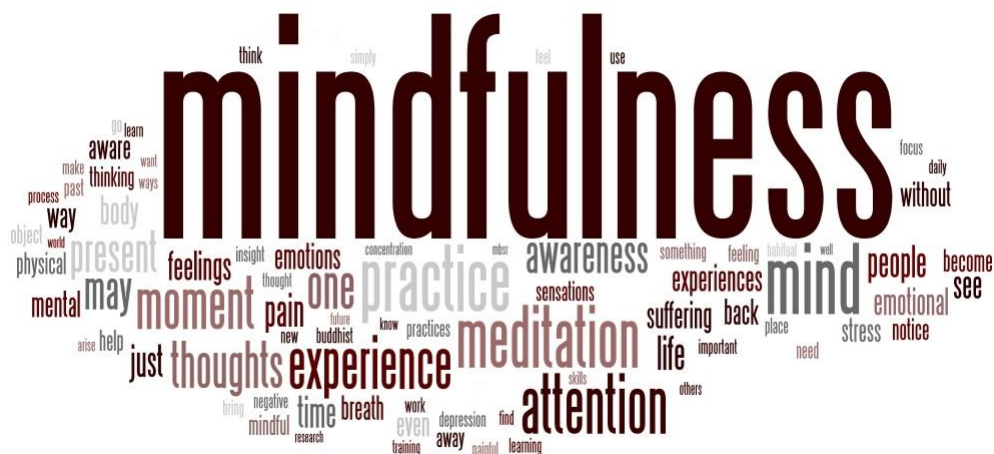
4.8 Seguridad y salud

4.8 SEGURIDAD Y SALUD

DÍA DE LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO

Además de las formaciones obligatorias por la Normativa de Prevención de Riesgos laborales, otra de las acciones destacables en este área es EL DÍA DE LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO, celebrado el 28 de Abril de 2016. En esta jornada se organizaron:

- Formaciones de MindFulness para los colaboradores
- Masajes de 15 minutos realizados por terapeutas profesionales





MediaMarkt Iberia
Parque Empresarial Mas Blau
Garrotxa, 2-4, 08820 El Prat de Llobregat
Barcelona



Network Spain
WE SUPPORT