

markt**el**



INFORME DE PROGRESO 2018

Índice

1. Carta de renovación del compromiso	3
2. Introducción.....	4
2.1. Normativa aplicable	4
2.2. Alcance del informe.....	4
2.3. Marco de reporting	4
2.4. Verificación.....	4
2. Modelo de negocio	5
2.1. Presentación.....	5
2.2. Modelo de negocio.....	6
3. Políticas.....	7
4. Cuestiones Medioambientales	9
4.1. Introducción.....	9
4.2. Gestión ambiental y contaminación.....	13
4.2.1. Emisiones a la atmósfera	14
4.2.2. Vertidos.....	16
4.2.3. Residuos.....	16
4.2.4. Ruidos.....	16
4.3. Economía circular, uso sostenible de los recursos y prevención de residuos.....	17
4.3.1. Consumos de agua.....	17
4.3.2. Consumo de materias primas	17
4.3.3. Eficiencia energética	17
4.4. Cambio climático	19
4.5. Biodiversidad	20
5. Cuestiones sociales y relativas al personal	21
5.1. Introducción	21
5.2. Empleo.....	21
5.2.1. Número de empleados.....	21
5.2.2. Remuneraciones al personal.....	27
5.2.3. Remuneraciones Consejeros.....	28
5.3. Organización del trabajo	28
5.3.1. Organización del tiempo de trabajo	28
5.3.2. Cifras de absentismo	29
5.3.3. Medidas de conciliación.....	29
5.4. Seguridad y salud	29
5.5. Relaciones sociales	31
5.5.1. Relación laboral.....	31
5.5.2. Convenios.....	31
5.6. Formación	32
5.6.1. Políticas implementadas en el ámbito de la formación	32
5.6.2. Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	32

- 5.7. **Accesibilidad Universal**.....33
- 5.8. **Igualdad**33
 - 5.8.1. **Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad**.....33
 - 5.8.2. **Medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo**.....34
- 6. **Información sobre el respeto a los Derechos Humanos**35
- 7. **Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno**37
 - 7.1. **Introducción**37
 - 7.2. **Compromiso**37
- 8. **Compromiso Social**39
 - 8.1. **Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible**39
 - 8.1.1. **El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local**.....39
 - 8.2. **Subcontratación y proveedores**41
 - 8.3. **Consumidores**.....42
 - 8.4. **Información fiscal**42

1. Carta de renovación del compromiso

“Estimados amigos:

Este año ha sido un acto de consolidación de muchos de las políticas que hemos venido aplicando en nuestro Grupo de Empresas.

Debido al importante crecimiento de nuestra facturación como resultado de un excelente trabajo realizado para nuestros clientes, la estructura de la compañía se ha visto reforzada y enriquecida por la experiencia y cualificación de nuevos profesionales, así como por un renovado impulso e inversión hacia la innovación tecnológica. Ambos aspectos (el humano y el técnico) nos están permitiendo ofrecer una calidad de servicio fuera de toda competencia en el mercado.

En el pasado año, hemos puesto en marcha iniciativas que dan respuesta a las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés como parte integral de la gestión de nuestra estrategia de negocio. En este sentido se han emprendido múltiples iniciativas que se han venido desarrollando tendentes a la profesionalización y formación del personal que contribuyen a mejorar la calidad de vida en el trabajo de todos nuestros empleados y colaboradores.

Todo este esfuerzo va encaminado a fidelizar a nuestros clientes y a nuestro personal, en un proyecto empresarial dinámico, profesionalmente enriquecedor, y socialmente responsable.

Con motivo de la celebración en Madrid de la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, hemos adquirido información exhaustiva y de primera mano que nos ha permitido tomar conciencia de la problemática, así como de los esfuerzos que los particulares, las empresas y los Estados debemos realizar para evitar el deterioro del medio ambiente. En este sentido MARKTEL ha comenzado a instaurar una serie de iniciativas que pretenden contribuir a reducir el impacto que su actividad pueda tener sobre el entorno.

Por todo ello una vez más renovamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas con el deseo de aportar nuestro granito de arena a la defensa de los Derechos Humanos, del Medio Ambiente y a la lucha contra la corrupción.

A este proyecto esperanzador se unen todas las empresas del grupo, y las entidades colaboradoras como Fundación Progres y Centro Especial Tutelar (CET), con un profundo y sincero deseo de que sea una realidad.

D. Jose María Horrillo López del Rey

Presidente”



2. Introducción

2.1. Normativa aplicable

El informe de progreso del año 2018 ha sido elaborado a partir de la información recogida en el estado de información no financiera de MARKTEL, el cual se confeccionó en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

El Estado de información no financiera consolidado es emitido como un informe separado pero integrante del informe de gestión consolidado, correspondiente al mismo ejercicio, y sometido a los mismos criterios de aprobación, depósito y publicación que éste.

2.2. Alcance del informe

Los datos financieros y no financieros de ECU y sus sociedades dependientes tanto en España como en Portugal (en adelante, Marktel o sociedad o grupo u organización) presentados en este informe son consolidados y hacen referencia a todas las actividades llevadas a cabo durante el año 2018.

2.3. Marco de reporting

En su elaboración, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI). En este contexto, a través del estado de información no financiera, la Sociedad tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación con los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio. La empresa se encuentra en un momento de implantación de sistemas de medición adecuados para poder responder de forma apropiada tanto cualitativa, como cuantitativamente a toda la información demandada por el Global Reporting Initiative.

2.4. Verificación

El Estado de información no financiera del Informe de gestión ha sido sometido a un proceso de revisión externa independiente. El informe de aseguramiento independiente donde se incluyen los

objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se adjunta como anexo a este informe.

3. Modelo de negocio

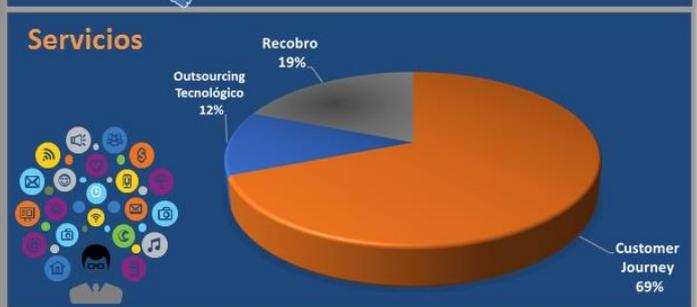
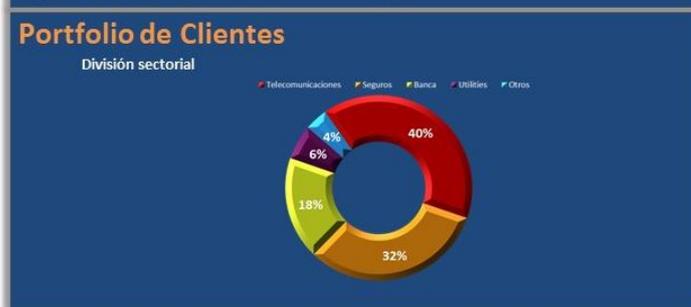
3.1. Presentación

En MARKTEL ofrecemos soluciones flexibles y servicios integrales de Customer Experience que aportan valor añadido al modelo de negocio de las empresas, a través de soluciones personalizadas de Multimedia Contact Center, BPO, Outsourcing Tecnológico y Recobro.

Somos una empresa sólida y estable, con 20 años de experiencia y más de 5.000 empleados en las sedes de España y Portugal, inmersa en un proceso de mejora continua y con una cultura corporativa innovadora que nos permite mantener una estrategia de crecimiento y expansión. Nos situamos en el máximo nivel de especialización en servicios de Contact Center, y especialmente en el sector de las telecomunicaciones, con una alta cualificación profesional y una cartera de clientes de primera línea, que aportan excelentes referencias sobre nuestra actividad. Todo ello ha sido posible gracias a la realización de un trabajo técnico de alto valor añadido, muy personal y profesional, identificando nuestra actividad con los objetivos de nuestros clientes, y mejorando todos los procesos. Establecemos contactos a través de todos los canales de comunicación disponibles, ayudando a nuestros clientes a diseñar su estrategia multicanal, redefiniendo procesos e innovando en el modelo de relación con sus clientes. Nuestro objetivo es maximizar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del contacto. Esta metodología de trabajo y la búsqueda permanente de nuevas tecnologías nos permite innovar, anticiparnos, aportar inteligencia a la operación y ofrecer un servicio de calidad.



3.2. Modelo de negocio



4. Políticas

Marktel cuenta con las siguientes políticas que definen las directrices generales de la organización y de su grupo de empresas en las siguientes materias que se corresponden con el título y contenido de aquéllas:

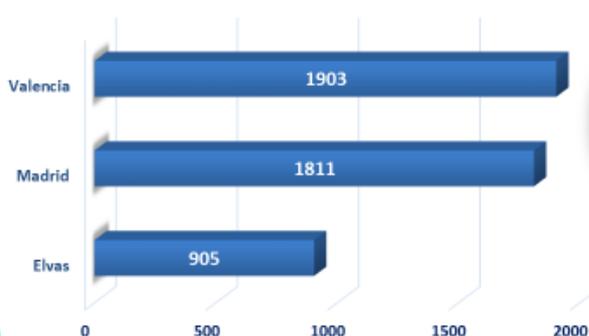
- Política del SIG: Declaración de intenciones acerca del compromiso con la calidad de sus servicios, el medio ambiente, la gestión del riesgos y seguridad de la información.
- Política de seguridad en la información: Se describen las acciones a tomar por el personal de la compañía para asegurar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información.
- Política de compras: Describe las acciones para la homologación y evaluación de los proveedores, así como para la selección de los mismos, además de los criterios ambientales en compras.
- Política de antifraude y anticorrupción: Impulsa el desarrollo de acciones coordinadas para prevenir el fraude y la corrupción, promover la transparencia en la gestión de la administración, disuadir las conductas indebidas e incentivar el compromiso de sus grupos de interés contra el fraude y la corrupción.



Presencia



POSICIONES



Certificaciones



A finales de 2018 Marktél ha comenzado a implantar progresivamente las anteriores certificaciones con el objetivo a medio/largo plazo de que se puedan extender a todas las sedes de la empresa.

5. Cuestiones Medioambientales

5.1. Introducción

La organización es consciente del impacto ambiental que la compañía genera debido a su labor. Es por ello que ha adoptado el compromiso con el medio ambiente previniendo y minimizando el impacto de dichas actividades sobre el entorno, los efectos del cambio climático, fomentando el uso eficiente de la energía y los recursos adoptando medidas oportuna para prevenirlo.

Así mismo, se identifican los aspectos ambientales, desde una perspectiva de ciclo de vida, tanto directos e indirectos como potenciales.

Aspectos ambientales Directos					
Etapa del ciclo de vida	Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto asociado	CONDICIONES DE OPERACIÓN	
				Normal	Anormal
1- Planificación	Reuniones	Generación de Residuos Sólidos urbanos o asimilables a urbanos	Contaminación del Suelo. Ocupación del territorio	X	
		Generación de pilas	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	
		Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	X	
	Suministro externo	Consumo de material de oficina (folios)	Agotamiento de los recursos naturales	X	
		Consumo de materiales peligrosos (tóner impresoras, RAEEs, etc.)	Agotamiento de los recursos naturales. Posible Generación de residuos	X	
		Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	X	
	Formación	Generación de residuos sólidos urbanos o asimilables a urbanos	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	
		Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	X	

Aspectos ambientales Directos					
Etapa del ciclo de vida	Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto asociado	CONDICIONES DE OPERACIÓN	
				Normal	Anormal
2. Fase de prueba/implantación	Mantenimiento de áreas	Generación de residuos de envases y restos de pintura	Contaminación del Suelo. Ocupación del territorio.		X
		Generación de residuos voluminosos	Contaminación del Suelo. Ocupación del territorio.		X
		Generación de residuos de construcción y demolición	Contaminación del Suelo. Ocupación del territorio.		X
		Emisiones a la atmósfera (aire acondicionado)	Contaminación del aire	X	
		Emisiones a la atmósfera (grupo electrógeno)	Contaminación del aire		X
3. Operación	Actividades Administrativas	Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	X	
		Generación de RAAEs	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	
		Generación de residuos de tóner	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	
		Generación de residuos LED (iluminación)	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio		X
		Generación de residuos sólidos urbanos o asimilables a urbanos (papel de oficina)	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	
		Consumo de energía eléctrica (SAI)	Agotamiento de los recursos naturales. Ocupación del territorio.		X
		Generación de baterías (SAI)	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio		X

Aspectos ambientales Directos						
Etapa del ciclo de vida	Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto asociado	CONCICIONES DE OPERACIÓN		
				Normal	Anormal	
		Consumo de combustible	Agotamiento de los recursos naturales. Ocupación del territorio.		X	
	Uso de baño	Consumo de agua	Agotamiento del recurso agua	X		
		Vertido de aguas residuales	Contaminación del agua	X		
	Uso de office	Generación de residuos sólidos urbanos o asimilables a urbanos	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X		
		Consumo de agua	Agotamiento de los recursos naturales	X		
		Vertidos	Contaminación del agua	X		
	Mantenimiento de equipos	Generación de RAEES	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X		
	4. Devolución del proyecto	Actividades Administrativas	Consumo de energía eléctrica	Agotamiento de los Recursos Naturales	X	
			Generación de residuos sólidos urbanos o asimilables a urbanos (papel)	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio	X	

Aspectos ambientales Indirectos			
ACTIVIDAD	TIPO	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL
Limpieza	Consumo	Agua	Agotamiento del recurso agua
		Energía eléctrica	Agotamiento de los recursos naturales
	Residuos	Residuos urbanos o asimilables a urbanos	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio
	Vertidos	Aguas sanitarias	Contaminación del agua

Gestores de residuos	Emisiones	Emisiones de GEI por el transporte de los residuos	Efecto invernadero. Afectación sobre el cambio climático
Máquinas de vending	Consumo	Energía eléctrica	Agotamiento de los recursos naturales
Transportes del personal (tren)	Emisiones	Emisiones a la atmósfera de GEI	Efecto invernadero, afectación sobre el cambio climático
Mantenimiento de aire acondicionado	Residuos	Generación de residuos de gas refrigerante	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio
Mantenimiento PCI	Residuos	Residuos de extintores	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio.

Aspectos ambientales potenciales		
SITUACIONES DE EMERGENCIA	ASPECTOS AMBIENTALES	IMPACTO AMBIENTAL
Incendio y/o explosión	Generación de residuos especiales (enfermería y biológicos)	Contaminación del suelo y ocupación del territorio
	Generación de cenizas	Contaminación del suelo y ocupación del territorio
	Generación de emisiones	Contaminación atmosférica
Rotura de LED	Generación de residuos peligrosos	Contaminación del suelo y ocupación del territorio
Fuga del gas refrigerante del Aire Acondicionado con refrigerante R-410	Generación de emisiones atmosféricas	Contaminación del aire
Inundación	Generación de RAEEs	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio
	Vertido de aguas sanitarias	Contaminación del agua
	Consumo inapropiado de agua	Agotamiento del recurso agua
	Generación de RSUs	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio

	Generación de residuos inertes (mesas, etc.)	Contaminación del suelo. Ocupación del territorio
--	--	--

Los aspectos ambientales identificados son controlados de manera continuada a través de planes de supervisión tanto internos como externos como empresas certificadores o empresas mantenedoras autorizadas con el fin de tener información acerca de nuestro comportamiento ambiental y cumplir la legislación vigente.

Así mismo, la organización identifica, evalúa y gestiona sus riesgos ambientales.

Riesgos Ambientales		
Aspecto ambiental	Amenaza	Control
Consumo de material	Pérdida de imagen por la adquisición de productos sin la correcta aplicación de controles ambientales	Procedimiento de suministro externo donde se especifican los criterios de selección de proveedores
Generación de residuos	Sanciones por abandono, vertido o eliminación de residuos peligrosos	Contratación de gestores de residuos tanto peligrosos como no peligrosos de gestión específica
Consumo de agua	Consumo inapropiado de agua por fugas	Revisión de consumos de agua por parte de la comunidad
Residuos Biosanitarios Especiales	Incumplimiento de la correcta gestión de este tipo de residuos	Gestión con empresas externas
Emisiones asociadas al incendio	Emisiones de gases de combustión asociados al incendio	
Emisiones de gases refrigerantes	Fugas de gases refrigerantes	Control de fugas

Todos los riesgos identificados tienen asociado un punto de control con el fin de minimizar el impacto que generaría que ese riesgo se produjese, en el medio ambiente o la probabilidad de que suceda.

5.2. Gestión ambiental y contaminación

La organización, derivado de su compromiso con el medio ambiente, cumple con la legislación vigente en materia de medio ambiente, tanto en las certificaciones como inspecciones.

Los efectos sobre el medio ambiente derivados de nuestra actividad y sus mecanismos de control y gestión se detallan en los siguientes apartados.

5.2.1. Emisiones a la atmósfera

- Emisiones Directas

Las emisiones directas de gases contaminantes y de efecto invernadero se generan debido a la combustión de carburante (gasoil) por la puesta en marcha, en situaciones anormales de funcionamiento, de los grupos electrógenos y los aires condicionados.

Emisiones de GEI			
Grupo electrógeno	Potencia aparente (kva)	Potencia activa (kw/h)	Kg CO ₂ kw/h
1	150	120	33,6
2	100	80	22,4
3	110	88	24,6
4	150	120	33,6
TOTAL			114,2

- (1) Los factores de conversión utilizados son los proporcionados por la metodología de cálculo de emisiones de Gases de Efecto Invernadero de Red Eléctrica España, SAU.

Emisiones gases (Kg) y partículas (PM)				
Grupo electrógeno	Combustible (L)	Emisiones SO ₂ (Kg)	Emisiones de Nox (Kg)	Emisiones PM
1	41	0,000000492	0,000489048	0,000098072
2	40	0,00000048	0,00047712	0,00009568
3	38	0,000000456	0,000453264	0,000090896
4	20	0,00000024	0,000238568	0,00004784

- (1) El gasoil tiene una densidad (0,84 g/L)
- (2) Conselleria de Medi Ambient del Govern de les Illes Balears (Factores de emisión de contaminantes emitidos a la atmosfera. Revisión de 24 de julio de 2017). Factor de emisión de 0,015 g SO₂ /kg de combustible, 14,910 g NO_x/kg de combustible y 2,990 g Partículas/kg de combustible

Por otro lado, no se han registrado fugas de gas refrigerante de los equipos de aire acondicionado y, por lo tanto, no hay emisiones fugitivas al respecto.

A continuación, se reflejan las emisiones derivadas de los vehículos de flota de la organización.

Emisiones de GEI		
Vehículo	Consumo (L)	Kg CO2
1	840	2132,76
2	420	1066,38
3	495	1256,805
4	1400	3554,6
5	1400	3554,6
6	1400	3554,6
7	1400	3554,6
8	1400	3554,6
9	1400	3554,6
10	1400	3554,6
11	1400	3554,6
12	1400	3554,6
13	1400	3554,6

Factores de emisión propuestos por la OECC. Última actualización julio 2017.

- Emisiones Indirectas

En cuanto a las emisiones indirectas derivadas del consumo de energía eléctrica, la mayoría de las sedes de la organización, las emisiones indirectas generadas por este consumo son 0 debido a que la empresa comercializadora suministra energía 100% verde con 0 kh de CO2 por kWh consumido.

Por otro lado, algunas de las sedes si generan emisiones que, se detallan a continuación:

EMISIONES GEI	
Kg CO2	Comercializadora
54608,55	Iberdrola
70787,66	Endesa

En cuanto a los viajes de negocio de los empleados de la organización, estos son generalmente realizados en AVE.

VIAJES TREN	FACTOR DE CONVERSIÓN		21,1		
	Ruta	Km por ruta	Viajes	TOTALES	g CO2/v*km
Madrid-Valencia	353	580	204740	4320014	4,32
Madrid-Valladolid	189	4	756	15951,6	0,02
Sevilla-Valencia	885	4	3540	74694	0,07
Madrid-Toledo	72	4	288	6076,8	0,01
Madrid-Málaga	528	4	2112	44563,2	0,04
Madrid-Córdoba	393	8	3144	66338,4	0,07
Madrid-Albacete	253	1	253	5338,3	0,01
TOTALES	2673	605	214833	4532976,3	4,53

VIAJES AVION	FACTOR DE CONVERSION	Cálculo a través de la plataforma del ICAO (Organización de Aviación Civil Internacional)			
		Ruta	Número de pasajeros	Clase de cabina	Tipo de viaje
Madrid-Badajoz	1	Económico	Ida y vuelta	2516	178,6

Las medidas adoptadas por la organización para reducir las emisiones de GEI son la reducción de los viajes de empresa cuando pueda hacerse la reunión mediante medios alternativos como videoconferencia, comercializadoras de energías 100% verdes que generen 0 emisiones o potenciar medidas alternativas a los grupos electrógenos como los SAIs.

5.2.2. Vertidos

Los vertidos que se generan en los centros de trabajo de la organización son exclusivamente de aguas sanitarias derivadas de la utilización de los baños y los office de las oficinas. Las aguas residuales generadas son vertidas a la red de saneamiento municipal.

5.2.3. Residuos

La organización, se encuentra en plena implantación de un sistema de separación de residuos sólidos urbanos generados en sus oficinas. Por otro lado, los residuos de RAEEs, papel confidencial, tóner o baterías son gestionados por gestores autorizados de residuos.

Hay que indicar que, debido a su actividad, la organización genera una cantidad inferior a 10 toneladas de residuos peligrosos por lo que es pequeño productor de residuos peligrosos según lo que establece el artículo 22 del Real Decreto 833/1988.

5.2.4. Ruidos

La actividad de la compañía respecto al ruido ambiental es considerada como inocua, por lo que no es necesario llevar a cabo medidas concretas para la reducción de contaminación por dicha fuente ya que no se superan los umbrales establecidos en la legislación vigente.

Las máquinas exteriores (grupos electrógenos) cumplen con la legislación vigente en temas de ruidos y vibraciones.

5.3. Economía circular, uso sostenible de los recursos y prevención de residuos

La mayoría de los residuos generados en nuestros centros de trabajo son valorizables (residuos que se emplean para la obtención de nuevos materiales, o reciclado de parte de ellos, para evitar el uso de nuevas materias primas) y se corresponden a residuos sólidos urbanos.

Por ello, la organización un sistema de separación de residuos por fracciones según la comunidad autónoma correspondiente, en alguna de sus sedes y, en las restantes, se encuentra en pleno proceso de implantación de este sistema con el fin de llevar un control operacional ambiental en la generación de residuos.

Además, los equipos informáticos en buen estado, que ya no son aprovechables para la organización, son donados a colegios. Durante el periodo que nos ocupa, se han donado 20 ordenadores de sobremesa.

Con respecto a la gestión de residuos peligrosos gestionados, este año se han producido un aumento debido a la generación de tubos fluorescentes por su cambio a LED, correspondiente al plan de eficiencia energética llevado a cabo en las instalaciones.

5.3.1. Consumos de agua

La organización no tiene datos de consumo de agua ya que esta es pagada en conjunto con la comunidad. Por ello, en cuanto al control operacional del consumo de agua se ha orientado como concienciación. Para llevarlo a cabo, se han puesto carteles de concienciando sobre la cantidad de agua que se consume, dando tips de buenas prácticas, etc. en todos los grifos de los office y baños de algunas de las sedes y se encuentra en proceso de implantación en otras.

Por otro lado, por parte del Dpto. de mantenimiento se llevan a cabo controles de fugas de agua.

5.3.2. Consumo de materias primas

Los recursos necesarios para llevar a cabo la actividad de la organización son equipos informáticos.

En el año 2018 se han adquirido 2294 equipos informáticos de los cuales el 99,5% en renting y el 0,5% han sido comprados.

Por otro lado, la política de compras existe criterios ambientales para estas tales como folios reciclados, comprar los equipos que tengan un mayor ciclo de vida, y la preparación para la reutilización y arreglo de equipos antes de comprar otros nuevos.

5.3.3. Eficiencia energética

La organización mantiene un control sobre el consumo de energía en cada una de sus con el fin de obtener una mayor eficiencia energética.

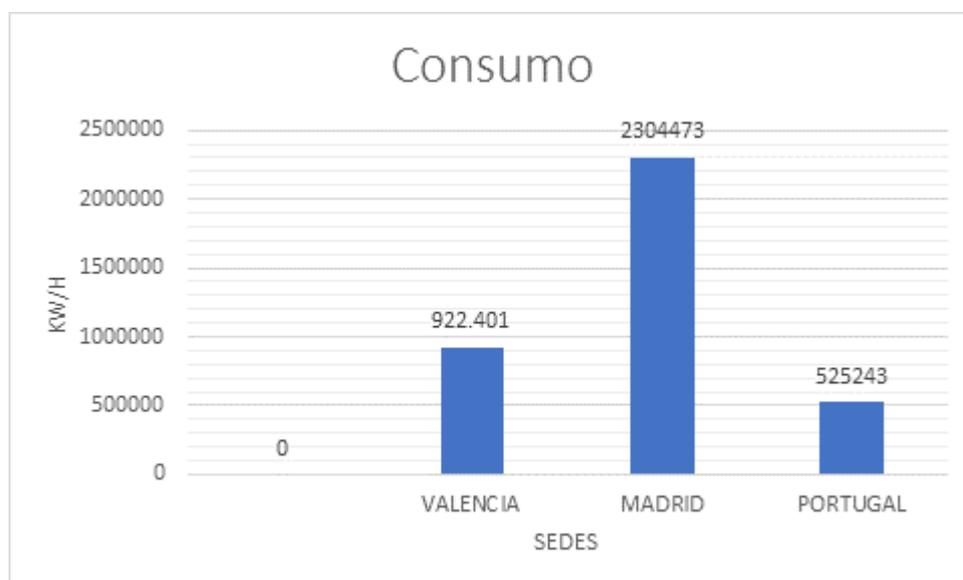
Para llevar a cabo dicho objetivo se llevan a cabo acciones que optimicen el empleo de la energía y por consiguiente reducir el consumo eléctrico y consumo de combustibles fósiles.

Así mismo, estas iniciativas tienen como fin reducir la emisión de gases de efecto invernadero por lo que se actúa con el propósito de reducir la contaminación y conservar el clima.

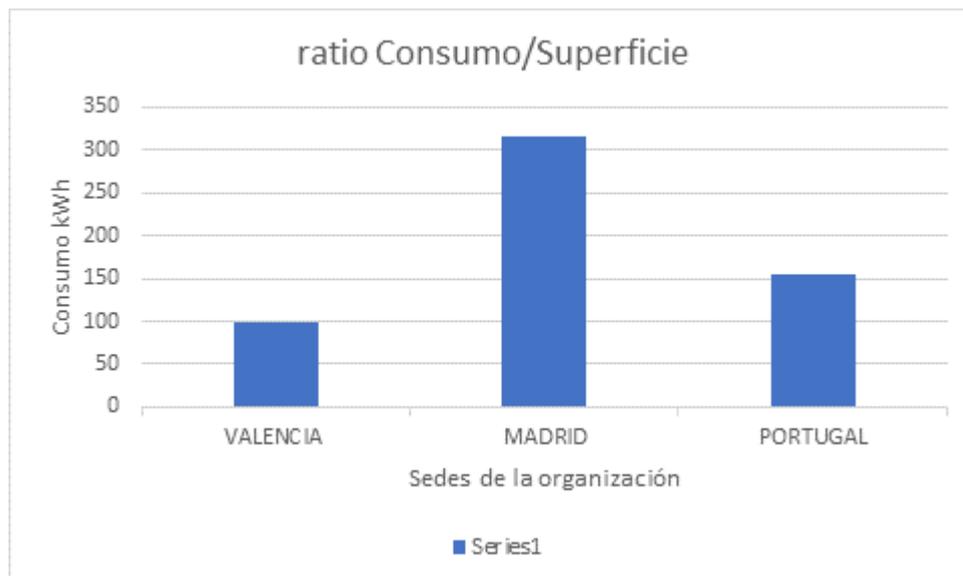
Para ello, se han llevado a cabo las siguientes acciones:

- Control y seguimiento de los consumos eléctricos mediante los datos facilitados en las facturas de consumo eléctrico.
- Plan de renovación de luminarias por otras de tecnología más eficiente (LED), en todos los centros.
- Política de apagado de equipos al finalizar las jornadas.
- Política de apagado de luminarias en salas al finalizar las jornadas laborales.

Como resultado de dichas acciones se obtienen los siguientes consumos, agrupados por sedes:



	Consumo (kWh)	Superficie (m2)	Ratio consumo/superficie
VALENCIA	922.401	9260	99,6113391
MADRID	2304473	7300	315,681233
PORTUGAL	525243	3380	155,397337



Asimismo, la organización, en su estrategia económica y sostenible que está desarrollando, tiene proyectado la ejecución de llevar a cabo acciones de mejora respecto a la concienciación de los empleados respecto al consumo energético, así como medidas para reducir de manera directa e indirecta el consumo energético.

5.4. Cambio climático

La organización mantiene medidas de actuación para adaptarse al cambio climático:

- Reducción del consumo de energía eléctrica debido a la eficiencia de las nuevas instalaciones luminarias tipo LED, lo que incide de manera indirecta en una reducción en la emisión de gases de efecto invernadero en los procesos de obtención de energía eléctrica.
- Implantación en la organización campañas de concienciación sobre consumo de agua, estableciendo planes de mantenimiento, control y vigilancia sobre las instalaciones para evitar consumos elevados debido a fugas.
- Utilización del tren como medio de transporte prioritario en los viajes de negocios, produciéndose de este modo una reducción de hasta 5 veces las emisiones a la atmósfera respecto a la utilización de otros medios de transporte como pueden ser vehículos y aviones. Lo que contribuye a la disminución del efecto invernadero.
- Uso generalizado en toda la organización de papel reciclado, reduciendo las emisiones de CO₂ en un 20% en comparación con la utilización de papel no reciclado.
- Mantenimiento efectivo de los aparatos de refrigeración y grupos electrógenos minimizando las emisiones a la atmósfera de gases de efecto invernadero.

- Gestión de procesos de reciclaje de los residuos generados por la compañía generando un ahorro de energía en el proceso de extracción, separación y tratamiento de los residuos cuyo resultado es la reducción en las emisiones de CO₂ atmosférico.
- Fomento de las acciones necesarias para concienciar al personal en relación a la economía circular, así como la puesta en marcha de las medidas pertinentes para reducir el impacto de los residuos generados en relación a las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

5.5. Biodiversidad

La organización considera las siguientes medidas para preservar la biodiversidad:

- Formación y concienciación del personal sobre el impacto que genera nuestra actividad. Objetivo: aumentar los conocimientos y la sensibilización del personal de la empresa con respecto al cambio climático y sus consecuencias en la biodiversidad.
- Fomentar el uso de papel con certificación FSC/PEFC, en materiales auxiliares. Objetivo: promover la gestión y conservación de bosques, su mantenimiento (evitar la deforestación) y por tanto preservar su flora y fauna.
- Consumo sostenible de los recursos naturales. Objetivo: Fomentar la separación, gestión adecuada y reciclaje de los residuos valorizables. Promover la reutilización de materiales. Mantener los recursos naturales y reducir sus consumos.

6. Cuestiones sociales y relativas al personal

6.1. Introducción

Para Marktel es fundamental promover un entorno de trabajo de calidad, basado en el respeto, la diversidad y el desarrollo personal y profesional. Asimismo, tiene un Código Ético donde se establecen las pautas que han de presidir el comportamiento ético de todos sus empleados en su desempeño diario y, específicamente, en lo que respecta a las relaciones e interacciones que mantiene con todos sus grupos de interés.

Las personas que sufren algún tipo de discriminación o no se sienten justamente recompensadas, tienden a reducir su orgullo de pertenencia al grupo y bajar su productividad. Asimismo, según investigaciones, el aumento de la desigualdad salarial se asocia con una reducción de la rentabilidad, productividad y competitividad empresarial.

La gran transformación del sector servicios y outsourcing, demandan de nuevos conocimientos y habilidades que, si no son cubiertos ágilmente, situarán a la compañía en desventaja frente a sus competidores, con las correspondientes consecuencias que ello puede tener en el negocio.

Marktel, planifica y desarrolla sus actividades asumiendo que nada es más importante que la seguridad, la salud y el bienestar de las personas. En este sentido, la actuación de la compañía va más allá del cumplimiento de las obligaciones legales y otros requisitos que voluntariamente adopta, impulsando la mejora continua en las condiciones de trabajo y en la gestión de la seguridad, la salud y el bienestar, involucrando no sólo a las personas que forman Marktel, sino también a los proveedores, empresas colaboradoras, clientes y otros grupos de interés, con el objetivo de evitar y prevenir los accidentes y los daños a la salud, proporcionando un ambiente seguro y saludable así como promocionando su salud y bienestar.

Una compañía con alta accidentabilidad y que no cuida la salud de sus empleados tiene que afrontar los costes asociados a la ausencia de los mismos o al descenso de su productividad. Asimismo, puede tener influencia negativa en la atracción y retención del talento, así como en la percepción de la compañía por parte de los grupos de interés.

6.2. Empleo

6.2.1. Número de empleados

El número total de empleados y su distribución a 31 de diciembre de 2018 por sexo, país y clasificación profesional es el siguiente:

DISTRIBUCION POR SEXO	
Femenino	4508
Masculino	3164
Total general	7672

DISTRIBUCION TOTAL EDAD	
EDAD	Nº TRABAJADORES
18	1
19	48
20	104
21	175
22	235
23	252
24	268
25	279
26	290
27	329
28	317
29	308
30	283
31	309
32	262
33	269
34	260
35	245
36	234
37	259
38	225
39	206
40	236
41	206

42	193
43	191
44	177
45	169
46	157
47	133
48	130
49	93
50	102
51	128
52	104
53	86
54	70
55	65
56	59
57	50
58	35
59	36
60	22
61	27
62	8
63	22
64	11
65	4
Total general	7672

DISTRIBUCION PAIS	
NACIONALIDAD	Nº TRABAJADORES
alemana	6
argelina	1
argentina	41
armenia	3
belga	1
bielorrusa	1
boliviana	9
brasileña	15
británica	2
búlgara	5
chilena	7
colombiana	88
costarricense	1
croata	1
cubana	19
de Guinea Ecu.	2
dominicana	18
ecuatoriana	30
eslovaca	1
eslovena	1
española	6711
estadounidense	6

francesa	11
griega	1
guineana	1
hondureña	18
húngara	3
india	2
iraní	1
italiana	138
lituana	1
marroquí	17
mexicana	11
mozambiqueña	1
neerlandesa	4
nicaragüense	6
paraguaya	6
peruana	51
polaca	5
portuguesa	98
rumana	27
salvadoreña	5
ucraniana	6
uruguaya	11
venezolana	279
Total general	7672

CATEGORIA	Nº TRABAJADORES
ADMINISTRATIVO	40
COORDINADOR	163
DIRECCION	12
GESTOR	334
JEFE SERVICIO	35
SUPERVISOR	41
TEC. INFORMATICO	39
TEL. ESPECIALISTA	724
TELEOPERADOR	6284
Total general	7672

El número total de empleados y su distribución según las modalidades de contrato de trabajo a 31 de diciembre de 2018 es el siguiente:

INDEFINIDOS	TIPO CONTRATO	Nº TRABAJADORES
100	INDEFINIDO	115
189	TRANS. INDEFINIDO	359
200	INDEFINIDO T. PARCIAL	52
289	TRANS. INDEFINIDO T. PARCIAL	188
	TOTAL INDEFINIDOS	714
TEMPORALES	TIPO CONTRATO	Nº TRABAJADORES
401	OBRA TIEMPO COMPLETO	998
402	EVENTUAL TIEMPO COMPLETO	43
410	INTERINIDAD TIEMPO COMPLETO	10
501	OBRA TIEMPO PARCIAL	5770
502	EVENTUAL TIEMPO PARCIAL	133
510	INTERINIDAD TIEMPO PARCIAL	4
	TOTAL TEMPORALES	6958
Total general		7672

El promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional a 31 de diciembre de 2018 es el siguiente:

- Promedio indefinido/temporal

DISTRIBUCION POR SEXO			
INDEFINIDO	629	TEMPORAL	3295
Femenino	426	Femenino	1913
Masculino	203	Masculino	1381

- Promedio tiempo parcial

DISTRIBUCION POR SEXO	
TIEMPO PARCIAL	2859
Femenino	1728
Masculino	1130

DISTRIBUCION POR EDAD	
TIEMPO PARCIAL	2859
EDAD	Nº TRABAJADORES
19	13
20	34
21	56
22	74
23	96
24	108
25	111
26	105
27	141
28	140
29	137
30	103
31	120
32	103
33	97
34	98
35	101
36	81
37	83
38	76
39	76
40	77

41	81
42	90
43	75
44	71
45	58
46	57
47	47
48	30
49	36
50	37
51	46
52	42
53	31
54	22
55	16
56	16
57	17
58	9
59	17
60	8
61	9
62	3
63	5
64	4
65	2

DISTRIBUCION POR CATEGORIA	
TIEMPO PARCIAL	2859
COORDINADOR	7
GESTOR	94
SUPERVISOR	1
TEC. INFORMATICO	1
TEL. ESPECIALISTA	277
TELEOPERADOR	2479

El número de despidos del ejercicio de 2018 por sexo, edad y clasificación profesional:

DISTRIBUCION POR SEXO	
Femenino	302
Masculino	247
Total general	549

EDAD	Nº TRABAJADORES
19	3
20	10
21	12
22	24
23	13
24	22
25	22
26	20
27	19
28	24
29	18
30	16
31	17
32	16
33	14
34	18
35	17
36	13
37	11
38	18
39	19
40	14
41	15

42	17
43	18
44	17
45	14
46	11
47	9
48	2
49	7
50	9
51	14
52	10
53	7
54	7
55	7
56	9
57	2
58	2
60	3
61	2
62	4
63	1
64	2
Total general	549

CATEGORIA PROFESIONAL	
ADMINISTRATIVO	1
COORDINADOR	6
GESTOR	33
RESP. SERVICIO	4
SUPERVISOR	2
TEC. INFORMATICO	1
TEL. ESPECIALISTA	34
TELEOPERADOR	468
Total general	549

Las contrataciones durante 2018 han sido 4.396 y los ceses por los distintos motivos han sido 549. La rotación de personal se debe fundamentalmente a factores importantes como: la temporalidad de la actividad, la juventud del personal que integra las plantillas (estudiantes y personal que oposita, sin ánimo de permanencia), la mayoritaria de contrataciones son a tiempo parcial, las campañas temporales, contratos para cubrir vacaciones y bajas médicas y otros asuntos imprevistos conllevan una cantidad importante de contratos cortos que incrementan de forma significativa la rotación de plantilla.

6.2.2. Remuneraciones al personal

Las tablas salariales de los convenios que se aplican en el grupo son en función de la categoría profesional, por lo que no distinguen salario por sexo o edad.

La remuneración media del ejercicio 2018 es la siguiente:

TABLAS SALARIALES CONVENIO MARKTEL SERVICIOS DE MARKETING TELEFÓNICO S.A.

Tabla salario base convenio

GRUPO PROFESIONAL	NIVEL RETRIBUTIVO	SALARIO
A. Directivos	Nivel 1	33.181,18
	Nivel 2	30.070,21
B. Mandos Intermedios.	Nivel 3	25.927,20
	Nivel 5	19.192,96
	Nivel 6	16.371,56
	Nivel 7	15.629,08
C. Técnicos en informática.	Nivel 3	25.927,20
	Nivel 4	21.784,20
	Nivel 5	19.192,96
	Nivel 8	14.849,48
	Nivel 9	14.728,00
	Nivel 11	13.634,00
D. Administración.	Nivel 15	11.228,00
	Nivel 6	16.371,56
	Nivel 8	14.849,48
E. Personal operacional.	Nivel 13	12.956,18
	Nivel 8	14.849,48
	Nivel 10	14.329,75
	Nivel 12	13.550,16
	Nivel 13	12.956,18
	Nivel 18	9.174,00
F. Subalternos	Nivel 20	9.034,20
	Nivel 13	12.956,18
G. Oficios Varios	Nivel 14	12.763,14
	Nivel 16	10.507,70
	Nivel 17	9.691,36
	Nivel 19	9.043,16

La política retributiva de Marktel se rige por la equidad en el ámbito interno y por la competitividad desde el punto de vista del mercado.

Recientemente, Marktel estableció su propio convenio colectivo más adaptado a la realidad de la empresa y a la situación laboral actual en la que enmarca su actividad.

En cuanto a la brecha salarial no tenemos ningún dato fiable ya que ni la ley ni la Seguridad Social establecen ningún método.

6.2.3. Remuneraciones Consejeros

El Consejo de Administración de Marktel está compuesto por ocho miembros.

Durante el año 2018, se aprobó una remuneración máxima para los miembros del Consejo de Administración, teniendo en cuenta la remuneración obtenida en empresas comparables a Marktel para establecer la política de remuneraciones.

No ha participado ningún asesor externo para establecer la política de remuneraciones y sus condiciones.

6.3. Organización del trabajo

6.3.1. Organización del tiempo de trabajo

Saber planificar el trabajo, aplicar buenas técnicas, estar motivado y tener confianza es esencial. Su gestión eficaz permite obtener buenos resultados.

Durante 2018 las estrategias empresariales en gestión de personas en Marktel han girado en torno a readaptación de plantillas a las necesidades de la empresa, centradas fundamentalmente en rejuvenecimiento de plantilla, impacto en la plantilla de la inversión tecnológica y creación de valor, como marca la hoja de ruta de la compañía. El empoderamiento de las personas es una de las palancas que accionan la transformación que la compañía está llevando a cabo, y en este sentido, la Dirección de Personas ha centrado sus esfuerzos en buscar eficiencia, conectando los objetivos estratégicos con las personas y simplificando procesos.

Se concibe la gestión de personas como un ecosistema dinámico que permite a las personas, ser parte de la evolución de la compañía, siendo uno de los factores claves junto a sus clientes en la creación de valor. Los compromisos de Marktel se centran en tres grandes áreas:

- Compromiso y Fidelización, que trabajan los ejes de atracción, fidelización y segmentación del talento.
- Compensación Total, que vincula la clasificación profesional, la retribución y el entorno del trabajo.
- Formación, como elemento de evolución y desarrollo de los profesionales de la compañía.

6.3.2. Cifras de absentismo

El total de horas de absentismo entre todas las empresas de Marktel ha ascendido a 13.298 horas.

6.3.3. Medidas de conciliación

Las medidas de conciliación de aplicación corresponden a las recogidas en los Convenios Colectivos por los que se rige cada una de las empresas del conjunto.

Marktel apuesta por el equilibrio entre la vida profesional y personal mediante la aplicación de medidas de flexibilización laboral, servicios y benéficos adaptados a las necesidades de los empleados, por un lado, desde el cumplimiento de la legalidad vigente en los Convenios Colectivos y Estatuto de los Trabajadores, y por otro mediante pactos individuales.

6.4. Seguridad y salud

Marktel planifica y desarrolla sus actividades asumiendo la importancia de la seguridad, la salud y el bienestar de las personas. En este sentido, la actuación de la compañía va más allá del cumplimiento de las obligaciones. Marktel voluntariamente adapta, impulsando la mejora continua en las condiciones legales de trabajo y en la gestión de la seguridad, la salud y el bienestar.

¿Cuál es nuestro compromiso?

Marktel se compromete seria y decididamente a aplicar una Política de Prevención de Riesgos Laborales que 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.

El sector de actividad de la empresa encuadrado principalmente en la prestación de servicios de contact center y outsourcing tecnológico, se traduce en una reducida accidentalidad con escasa frecuencia en ocasiones puntuales. En todos ellos la calificación es leve, siendo los de mayor relevancia los que se producen in itinere por accidente de vehículo a la entrada o salida del trabajo, no existiendo otro tipo de accidentes ni de enfermedades profesionales.

La distribución de los accidentes a lo largo de 2018 es la siguiente:

Nº accidentes 2018		Mujeres	Hombres	Total
España	Accidentes con baja	4	1	5
	Accidentes con duración superior o igual a 15 días	1	0	1
	Accidentes con duración inferior a 15 días	3	1	4
	Accidentes sin baja	11	4	15
Portugal	Accidentes con/sin baja	2	2	4

*Excluidos los accidentes in itinere

Respecto a las enfermedades profesionales, no ha habido constancia de ninguna a lo largo de 2018.

En los informes de accidentabilidad y enfermedad profesional emitidos por nuestra mutua de trabajo, viene establecido en cada uno de sus gráficos un estudio de siniestralidad por género, edad y antigüedad en la empresa de los accidentes con baja declarados en jornada de trabajo.

La gestión en materia de P.R.L. (Prevención de Riesgos Laborales) de cada una de las empresas de la compañía se divide de la siguiente manera:

- Marktel Global Services y ECU Consultores y Gestores
 - Creación del Servicio de Prevención Mancomunado con fecha 01/02/2017.

Dicho S.P.M. tiene asumidas tres especialidades en materia de P.R.L.:

- Seguridad en el Trabajo
- Higiene Industrial
- Ergonomía y Psicología Aplicada

La cuarta especialidad, que es la Medicina del Trabajo, se encuentra externalizada con el Servicio de Prevención Ajeno Quirón Prevención.

En cuanto al resto de empresas, las cuatro especialidades en materia de P.R.L., las tiene asumidas el S.P.A. Quirón Prevención.

Otras acciones para promover la salud y el bienestar entre los empleados:

Marktel, comprometida con contribuir al ODS 3 (Salud y bienestar), ha celebrado en los últimos años distintos eventos deportivos en sus diferentes delegaciones para promocionar la actividad física y la instauración de hábitos saludables.

El sábado 22 de septiembre de 2018 se celebró una jornada de voluntariado corporativo con niños/as en riesgo de vulnerabilidad y/o exclusión social, procedentes de los programas sociales de Fundación Tomillo.

Esta actividad, promovida y organizada por el comité de ética de Marktel, consistió en acompañar a niños/as de primaria en una ruta de senderismo por los caminos del Monte Abantos, en San Lorenzo

de El Escorial, donde además de aprenden y reforzar buenas prácticas y hábitos sobre el cuidado y protección del medio ambiente, tuvieron la oportunidad de realizar ejercicio en el campo entre juegos y risas.

10 trabajadores de Marktel participaron como voluntarios en esta iniciativa que pretendía respaldar entre otros, el ODS 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.



6.5. Relaciones sociales

6.5.1. Relación laboral

El respeto a la libertad sindical, a los derechos fundamentales, a la negociación colectiva, y a la cultura del acuerdo, constituyen principios esenciales de nuestra actuación, así como el respeto a los representantes de los trabajadores elegidos libremente en cada centro de trabajo que corresponda, estableciendo canales de comunicación con estos representantes como parte sustancial de sus principios de actuación corporativa.

Las relaciones laborales de la empresa se basan en el total cumplimiento de la legalidad vigente, los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, siguiendo con la Normativa y jurisprudencia comunitaria, la nacional y la local, son trasladados a nuestras relaciones laborales y son de aplicación a todos los trabajadores de la empresa sin discriminación alguna.

6.5.2. Convenios

Los convenios de aplicación a las empresas regulan todos los aspectos de las relaciones laborales de trabajadores fruto de la negociación colectiva. En ellos se tratan todos los aspectos de la relación trabajador-empresa. El Compromiso con el cumplimiento de la legalidad como vehículo de unas relaciones limpias y transparentes que transmitan la confianza de sus derechos al trabajador para que desarrolle su trabajo con normalidad, la totalidad de la plantilla está cubierta por los convenios colectivos.

6.6 Formación

6.6.1. Políticas implementadas en el ámbito de la formación

La mayor parte de formación impartida en MARKTEL está destinada a la capacitación del personal de operaciones (teleoperadores) que se encuentran trabajando en cada uno de los servicios prestados a los clientes de la compañía.

La principal acción formativa llevada a cabo en este ámbito es la **formación inicial** de los teleoperadores, aunque, anualmente, si el presupuesto destinado al área de formación lo permite, y si la dirección de la compañía lo autoriza, se pueden realizar otro tipo de **formaciones más específicas** impartidas por empresas externas y dirigidas a los trabajadores de MARKTEL tanto de estructura como de operaciones.

En este último caso, cada Responsable de Servicio (con el apoyo de su equipo de coordinación), así como los Responsables de cada Departamento, son los encargados de transmitir las necesidades formativas que puedan surgir.

Esta petición es recogida por el Responsable de Formación que se encarga de buscar las ofertas formativas más adecuadas a las necesidades detectadas, de coordinar la puesta en marcha con las distintas áreas, de velar por el buen desarrollo de los cursos hasta su finalización y de comprobar la eficacia de la misma.

Otro tipo de formaciones a considerar son las **formaciones de reciclaje** impartidas por el equipo de formadores de MARKTEL dirigidas a los teleoperadores de cada servicio que pretenden subsanar carencias o reforzar conocimientos o habilidades sobre el puesto.

Disponemos de un **manual de calidad** que recoge el procedimiento en base al cual se rige la formación de los empleados en todos sus ámbitos. Actualmente este sistema se encuentra implantado en Madrid y en Valencia, y esperamos poderlo implantar en Elvas durante el 2019-2020.

Del mismo modo, durante el 2019 estamos trabajando para implantar una **nueva Web de Formación** que mejore el seguimiento y registro que haremos sobre la misma.

6.6.2. Cantidad total de horas de formación por categoría profesional

		NÚMERO DE HORAS DE FORMACIÓN
FORMACIONES OPERACIONES	FORMACIONES INICIALES	27.952
	FORMACIONES RECICLAJE	1.548
FORMACIONES ESTRUCTURA		2.898
TOTALES		32.398

6.7. Accesibilidad Universal

Un total de 57 personas con discapacidad trabajan en Marktel a fecha 31/12/2018.

Marktel favorece la contratación de personas con discapacidad mediante la colaboración con entidades sociales con las que mantiene acuerdos activos para la integración laboral de este colectivo. Así mismo, Marktel, mantiene en vigor el certificado de excepcionalidad del Servicio Público de Empleo Estatal del Ministerio de Trabajo, que acredita que la entidad cumple con las “Medidas Alternativas” previstas en art. 2.1, apartados a) y b), del Real Decreto 364/2005, de 8 de abril, por el que se regula el cumplimiento alternativo con carácter excepcional de la cuota de reserva en favor de los trabajadores con discapacidad.

Por último, destacar que nuestro equipo de Prevención de Riesgos Laborales atiende a las peticiones realizadas por los trabajadores (con discapacidad o sin ella), que manifiesten la necesidad de adaptar el puesto de trabajo de algún modo. En el año 2018 se han realizado 25 adaptaciones.

6.8. Igualdad

6.8.1. Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad.

Durante el año 2018 el Comité de Ética de Marktel confeccionó un **Plan de Igualdad** mediante el cual se pretenden poner en marcha de manera progresiva, medidas en materia de Igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres y erradicar aquellos comportamientos que puedan considerarse intromisiones ilegítimas en la intimidad personal o violenten la dignidad de las personas. La implantación del mismo comenzó con un análisis de la situación actual de la plantilla, donde se evidenciaba que el personal de Marktel en el año 2018 se encontraba prácticamente equiparado respecto a sexos.

Aun así y para asegurar que esta situación se mantiene en el tiempo, Marktel ha establecido una serie de objetivos y medidas en materia de igualdad que persiguen la completa consecución de toda discriminación, directa o indirecta por razón de sexo, y especialmente, las derivadas de la maternidad, las obligaciones familiares y el estado civil.

- La Dirección de Marktel ha manifestado expresamente el compromiso de seguir avanzando en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, dando a conocer de forma pública la posición de la empresa de continuar mejorando la igualdad de trato entre ambos sexos. Se pretende conseguir de este modo, el objetivo de sensibilizar a toda la cadena de mandos y plantilla.

- Velar por la práctica de un lenguaje no sexista en comunicaciones y documentos dentro de la empresa, así como en todas las convocatorias, ofertas de empleo y anuncios en la denominación de los puestos.
- Incluir la información sobre las iniciativas de igualdad en las reuniones internas de departamentos.
- Impulsar la comunicación al exterior del compromiso asumido por la empresa con clientes y sociedad en materia de igualdad de oportunidades.
- Garantizar que las convocatorias de ingreso y procesos de contratación no contienen elementos de discriminación.

En este sentido, se fomentará la incorporar hombres a los departamentos tradicionalmente feminizados: Atención al cliente.

- Velar porque la política salarial continúe sin diferenciar el trabajo desempeñado por hombres y mujeres.

6.8.2. Medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.

- *Protocolo de actuación en Materia de Acoso Laboral.*

Marktel ha implantado en el año 2018 un Protocolo de actuación en Materia de Acoso Laboral.

El mismo, ha sido creado por el Comité de Ética de Marktel y pretende ser una herramienta útil en aras a prevenir y corregir conductas y actitudes que puedan suponer acoso moral o laboral, estableciendo para ello unas pautas que permitan identificar una situación de acoso, así como el procedimiento de actuación a seguir ante la detección de cualquier conducta de este tipo.

Este protocolo se mantiene publicado en las instalaciones de Marktel y todos los trabajadores pueden acceder al mismo para su conocimiento y consulta.

- *Canal de denuncia.*

Para complementar el protocolo explicado con anterioridad, Marktel dispone 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 de Marktel, puede denunciar las conductas que observe en el entorno laboral y que pueda ser considerada discriminatoria. Estos emails se escriben y se reciben de forma anónima y son gestionados por el comité de ética de Marktel.

7. Información sobre el respeto a los Derechos Humanos

1. Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos

En marzo de 2014 Marktel quedó adherido a **Pacto Mundial**. Desde entonces ha seguido apoyando el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU, en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

También en esta fecha, quedó constituido el **Comité de Ética de Marktel** como órgano para llevar a cabo los compromisos adquiridos.

La meta inicial que se propuso el Comité de Ética consistió en dotarlo de un Reglamento de funcionamiento interno por el que regirse.

A partir de aquí, se abordó la creación de un **Código Ético**, propio de la compañía, donde se identifican aquellos principios y valores que Marktel considera más importantes para el ejercicio de sus actividades, dentro del marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

En 2015, con el lanzamiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, Marktel ha renovado su compromiso por establecer medidas que contribuyan desde su actividad a poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el bienestar global de las personas.



Anualmente, Marktel, a través del Comité de Ética, elabora y publica su Informe de Progreso sobre el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Pacto Mundial.

2. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos

Marktel no ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos en el año 2018.

3. Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; del trabajo forzoso u obligatorio; La abolición efectiva del trabajo infantil.

El comportamiento ético es uno de los pilares fundamentales de Marktel y se regula por el Código Ético elaborado por el Comité de Ética de Marktel. Es de aplicación a todos los profesionales de la Compañía.

Por otro lado, el 100% de los empleados de Marktel están cubiertos por los convenios colectivos de aplicación en cada caso, y vela por el cumplimiento de la legislación laboral de aplicación a España y a Portugal.

Como se ha señalado, la empresa respalda los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas como socio activo, y respalda explícitamente la eliminación de toda forma de trabajo forzoso, trabajo infantil o realizado bajo coacción.

Durante 2018 no se ha identificado ninguna práctica de este tipo en la compañía.

8. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

8.1. Introducción

El fraude, la corrupción y el soborno son acciones que pueden afectar considerablemente la imagen y la reputación de Marktel, además de vulnerar la ley, la confianza de empleados, accionistas, proveedores, contratistas, clientes y demás grupos de interés.

Como respuesta a dicho compromiso, Marktel establece una Política Antifraude y Anticorrupción, como un mecanismo para impulsar el desarrollo de acciones coordinadas para prevenir el fraude y la corrupción, promover la transparencia en la gestión de la administración, disuadir las conductas indebidas e incentivar el compromiso de sus grupos de interés contra el fraude y la corrupción.

Esta Política Antifraude y Anticorrupción establece los elementos estructurales como marco para prevenir, detectar, investigar y corregir eventos de fraude y corrupción. Así mismo asigna los roles y responsabilidades generales en el proceso de identificación de riesgos; diseño, implementación y evaluación de controles antifraude y anticorrupción y en la gestión de investigaciones relacionadas con eventos de fraude y corrupción.

8.2. Compromiso

Esta política es de aplicación a todos los empleados, directivos y administradores de todas las sociedades que integran Marktel, incluyendo aquellas sociedades participadas sobre las que tenga un control efectivo, dentro de los límites previstos en la normativa aplicable.

La cultura de Marktel se encuentra centrada en un sólido sistema de valores, el compromiso con el Código de Conducta y la Política Corporativa.

Marktel está comprometido con una política de "tolerancia cero" frente al fraude y la corrupción en cualquiera de sus modalidades, que promueva una cultura de lucha contra el mismo y que permita conducir sus negocios y operaciones con altos estándares éticos, en cumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes. Para tal efecto Marktel se compromete a:

- Gestionar, de acuerdo con los principios establecidos y de una manera estructurada y estratégica, los riesgos de fraude y corrupción asociados al negocio y su relación con terceros.
- Promover continuamente una cultura ética como elemento indispensable para la prevención, detección, investigación y lucha contra el fraude y la corrupción.
- Prevenir los daños a la imagen y reputación de Marktel, a través de la adopción y cumplimiento de disposiciones que prohíben la realización de acciones constitutivas de fraude o corrupción.

La Dirección de Marktel está comprometida con la gestión antifraude y anticorrupción y asumen la responsabilidad de ejercer seguimiento al cumplimiento de la presente política.

La Administración y los órganos de control son además responsables de asegurar que los riesgos de fraude o corrupción sean gestionados y los incidentes presentados sean reportados e investigados adecuadamente, así mismo de tomar las acciones sancionadoras correspondientes como elemento disuasivo en nuevos actos de fraude.

Cada empleado es responsable por aplicar los criterios definidos en esta política y por ajustar sus actuaciones de acuerdo con los valores corporativos establecidos en las normas de Conducta. De igual forma, es responsable por denunciar potenciales casos de fraude y corrupción de los que pudiera llegar a tener conocimiento a través de los mecanismos que Marktel tiene dispuestos.

9. Compromiso Social

9.1. Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

9.1.1. El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.

La responsabilidad social empresarial es un concepto que puede definirse como una filosofía incorporada en la gestión de la empresa para actuar, no solo en beneficio propio, sino también en beneficio de sus trabajadores, familias y del entorno social.

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

Consideramos que la verdadera responsabilidad social busca un compromiso de los trabajadores, para con los objetivos y misión de la empresa, y con ello, se persigue el incremento de la productividad, a base de tener una comunidad estable, con buenos niveles de salud y educación, que genere profesionales cualificados.

Por otro lado, trabajamos implementando procesos destinados a favorecer un medioambiente cuidado y limpio, con el objetivo de mejorar las prestaciones de la empresa y garantizar

Nuestro compromiso con la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en general se cumple con los siguientes logros:

- Generar empleo con salarios justos y estabilidad laboral en el entorno social donde ejerce su actividad.

Nuevas contrataciones durante el año 2018: 4.396.

- Aplicación de medidas que faciliten la conciliación de la vida laboral y familiar de sus empleados. Como se ha explicado con anterioridad, Marktel está acogido a un convenio colectivo que contempla diferentes medidas que facilitan la conciliación familiar y personal.
- Pago de los impuestos que correspondan que repercutirán a su vez en una mayor riqueza de los lugares donde desarrolla su ejercicio.
- Proporcionar formación a sus empleados que ofrece la posibilidad de mejorar sus competencias y su perfil profesional. Marktel ha impartido **32.398 horas** de formación durante el 2018.
- Desarrollar procesos de promoción interna a sus trabajadores para que desarrollen al máximo su potencial y talento. En total se han promocionado **53 personas** en la compañía durante el 2018. El desglose de puestos ofertados internamente por cada sede es el siguiente:

Sede	Coordinación	Quality/Formador	Force	Supervisión	Resp. Servicio	Otros*
MADRID	13	2	2	1	0	2
VALENCIA	13	8	3	2	1	1
ELVAS (PORTUGAL)	4	0	0	0	0	1
TOTAL	30	10	5	3	1	4

* Promoción a otros departamentos no vinculados a la operación.

- Incorporar al mundo laboral minorías con alguna dificultad en la búsqueda de empleo (inserción social, personas con discapacidad, etc.)
- Preservación del medio ambiente, implementando progresivamente sistemas que reduzcan el consumo de recursos naturales, evitando el despilfarro energético, la polución y vertidos.
- Colaboración con proyectos comunitarios (acción social), a través de la formación gratuita, patrocinios y voluntariado corporativo.

a) Cursos de Iniciación al telemarketing para personas de colectivos vulnerables en búsqueda de empleo:

Consideramos que las técnicas de atención al cliente pueden ser de utilidad para acceder a multitud de puestos de trabajo y sectores con elevada demanda, por ello puntualmente colaboramos con Fundaciones sin ánimo de lucro impartiendo cursos de esta temática entre sus usuarios.

El año 2018, Marktel impartió un curso de “Iniciación al Telemarketing” (15 horas de duración) a los alumnos de la Fundación Norte Joven. Ha sido impartida por formadores cualificados de la empresa y ha contado con la colaboración de trabajadores voluntarios que compartieron sus experiencias y conocimientos con los alumnos.

Al mismo asistieron, 18 jóvenes en riesgo de exclusión social.

b) Campañas solidarias de recogida de alimentos y juguetes:

Marktel, mediante su colaboración con entidades sociales, organiza una vez al año, una recogida de alimentos y juguetes a favor de diferentes comedores sociales.

Tanto los trabajadores de Marktel, como la misma empresa, realizan donaciones de productos demandados y que serán destinados a proyectos solidarios.

En el año 2018, se puso en marcha una gran campaña de recogida de alimentos, juguetes y ropa destinada a proyectos sociales de Madrid, de Valencia y de Portugal.

Los destinatarios de estas donaciones han sido el Comedor Social de la Fundación Manos de Ayuda Social en Madrid, Fundación Dasyc en Valencia y Centro de Acogida Los Cucos de Elvas.

Se entregaron 5 furgonetas de productos de alimentación, ropa y juguetes.

c) Jornadas de voluntariado:

Marktel colabora con entidades, emprendiendo iniciativas conjuntas donde se busca la integración social de colectivos en riesgo de exclusión. Entre ellas destaca la puesta en marcha de actividades de voluntariado corporativo.

En el año 2018, 10 voluntarios de Marktel han participado en una jornada de voluntariado consistente en acompañar a un grupo niños en situación de vulnerabilidad, por una ruta de senderismo por la sierra de Madrid. Esta actividad se llevó a cabo en colaboración con la Fundación Tomillo (ver apartado: 6.4.)

9.2. Subcontratación y proveedores

La organización cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad, un Sistema de Gestión Ambiental, Gestión del Riesgo y Seguridad en la Información. Por ello, la organización cuenta con un procedimiento de compras y homologación de proveedores, alineado con nuestro Código Ético que además incluye los criterios ambientales en las compras.

La transparencia en la selección de proveedores de la organización se concreta en la participación de las áreas correspondientes y sus distintos niveles. Además, la organización apuesta por la diversificación de proveedores en todos los ámbitos de la compañía.

Además, la organización cuenta con un proceso de homologación de proveedores que incluye aspectos relativos al cumplimiento normativo por parte del proveedor, comportamiento ambiental, temas relativos a la prevención de riesgos laborales, seguridad en la información, solvencia técnica y económica, etc. Para ello, la organización ha elaborado unas categorías homologables a los que se les envía un cuestionario y en función de su cumplimiento será homologado o no.

La organización no subcontrata a externos los servicios que presta a sus clientes. Por lo tanto, las auditorías a las que está sometida la organización con las relativas a los sistemas de gestión que tiene implantados. Para ello, cuenta con auditores internos y auditores externos pertenecientes a una empresa certificadora (AENOR).

9.3. Consumidores

La organización cuenta con un sistema de comunicación de quejas y reclamaciones por parte de los clientes, tramitación, su correspondiente sistema de escalado en caso de que sea necesario y resolución por parte de la organización.

9.4. Información fiscal

Marktel está comprometida con el cumplimiento de la legislación fiscal y de sus obligaciones tributarias, fomenta la relación cooperativa con las Administraciones Tributarias y considera relevante la contribución al desarrollo económico y social que se deriva de su aportación tributaria efectuada mediante el pago de impuestos en todos los territorios en los que opera.

Marktel no tiene presencia, ni desarrolla actividad alguna en aquellos territorios considerados como paraísos fiscales de acuerdo con la normativa vigente.

El beneficio obtenido por países en el ejercicio 2018, es el siguiente:

Miles de euros

Concepto	España	Portugal
Resultado antes del IS	1.094.002,13	338.379,86

A continuación, se presentan los impuestos sobre beneficios pagados por país en 2018, entendiéndose por tales a los importes satisfechos en concepto del Impuesto sobre Sociedades:

Miles de euros

Concepto	España	Portugal
Impuesto sobre beneficios	40.844,68	25.641,15

El Grupo no ha recibido ninguna subvención pública ni en España ni en ninguna de sus filiales.