



marktel

2019 | **INFORME
DE PROGRESO**

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
3. Modelo de negocio.....	5
4. Análisis de materialidades y políticas.....	7
4. 1. Grupos de interés	7
4. 2. Materialidades.....	7
4. 3. Principales objetivos en la estrategia de RSE y correlación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	8
4. 4. Políticas.....	9
5. Cuestiones Medioambientales.....	10
5.1. Introducción	10
5.2. Gestión ambiental y contaminación	11
5.2.1. Emisiones a la atmósfera.....	11
5.2.2. Vertidos	13
5.2.3. Residuos	14
5.2.4. Ruidos	14
5.3. Economía circular, uso sostenible de los recursos y prevención de residuos.....	14
5.3.1. Recuperación de desechos.....	14
5.3.2. Consumos de agua	15
5.3.3. Consumo de materias primas.....	15
5.3.4. Eficiencia energética.....	15
5.4. Cambio climático	17
5.5. Biodiversidad.....	18
6. Cuestiones sociales y relativas al personal.....	18
6.1. Introducción.....	18
6.2. Empleo	19
6.2.1. Distribución de empleados y datos de contratación:.....	19
6.2.2. Remuneraciones del personal	22
6.2.3. Remuneraciones Consejeros	23
6.3. Organización del trabajo	23
6.3.1. Organización del tiempo de trabajo	23
6.3.2. Cifras de absentismo.....	23
6.3.3. Medidas de conciliación	23
6.4. Seguridad y salud	24
6.5. Relaciones sociales.....	24
6.5.1. Relación laboral	24
6.5.2. Convenios.....	25
6.6. Formación.....	25

6.6.1.	Políticas implementadas en el ámbito de la formación	25
6.6.2.	Horas de formación anuales	26
6.7.	Accesibilidad Universal	27
6.8.	Igualdad.....	28
6.8.1.	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad.....	28
5.8.2.	Medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.....	28
7.	Información sobre el respeto a los Derechos Humanos	29
7.1.	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.....	29
7.2.	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	29
7.3.	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.	29
8.	Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....	30
8.1.	Introducción.....	30
8.2.	Compromiso.....	30
8.3.	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.....	31
9.	Compromiso Social	31
9.1.	Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible.....	31
9.1.1.	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	31
9.2.	Gestión responsable de la cadena de suministros.....	34
9.3.	Consumidores	34
9.4.	Información fiscal.....	34
ANEXO 1	35

1. Carta de renovación del compromiso

Estimados amigos y colaboradores:

Hemos cerrado un año para olvidar, nefasto para las personas y para nuestra nación. Nunca pudimos pensar que algo así sucedería. El mundo entero está sufriendo esta terrible pandemia que ha trastocado el orden mundial y que está dejando como doloroso resultado, una gran pérdida de vidas y el dolor de sus familias.

Todo ello ha provocado la cancelación de todo tipo de actividades públicas y privadas, y nos hace enfrentarnos a un nuevo año de gran incertidumbre en el ámbito sanitario, económico y social.

Nuestra empresa ha demostrado una alta capacidad de adaptación, acogándose desde el principio y en su práctica totalidad, al teletrabajo lo que nos ha permitido mantener la actividad, así como salvaguardar la salud de las personas que componen la compañía. Gracias a ello, Marktel ha podido ir sorteando estas situaciones y planificar el futuro con esperanza ante este incierto momento.

Todas las dificultades a las que nos enfrentamos, no deben ser obstáculo para continuar trabajando en iniciativas específicas alineadas con los Diez Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Es ahora precisamente el momento en el que más se necesita el esfuerzo por parte de todos para que nuestra sociedad salga de esta crisis siendo más resiliente y estando más preparada para responder a los retos de nuestro tiempo.

En este año tan tremendo no hemos podido celebrar tal y como lo teníamos previsto el 20 Aniversario de la fundación de la empresa. Seguiremos esperando el momento oportuno para hacerlo. Somos una empresa cien por cien española y firmemente asentada en nuestros mercados tradicionales de España y Portugal.

Este año seguiremos desarrollando nuestras actividades de forma segura tanto dentro como fuera de nuestras fronteras y siempre con el objetivo en un crecimiento estable, seguro y sostenible, garantía de supervivencia de nuestra Empresa en estos tiempos inciertos.

Por todo ello en Marktel continuamos apoyando a Pacto Mundial aplicando sus iniciativas y orientaciones. Con ello aportamos nuestro granito de arena a esta iniciativa, las empresas que conforman el Grupo Marktel, la Fundación Progres y el Centro Especial Tutelar asumen plenamente este compromiso.

D. José M^a Horrillo López del Rey
Presidente.



2. Introducción

2.1. Normativa aplicable

El informe de progreso del año 2019 ha sido elaborado a partir de la información recogida en el estado de información no financiera de MARKTEL, el cual se ha elaborado 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 sometiénolo 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 2019.

2.3. Marco de reporting

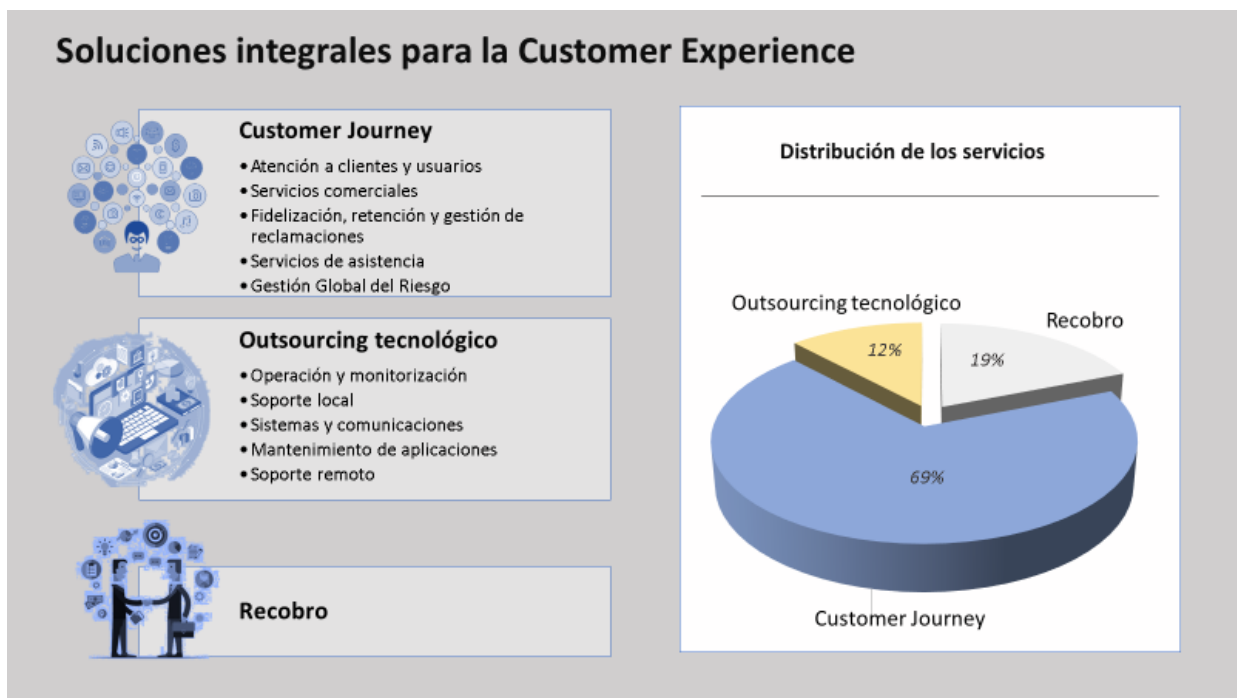
En su elaboración, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI). En este contexto, a través del estado de información no financiera, la Sociedad tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, 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

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.



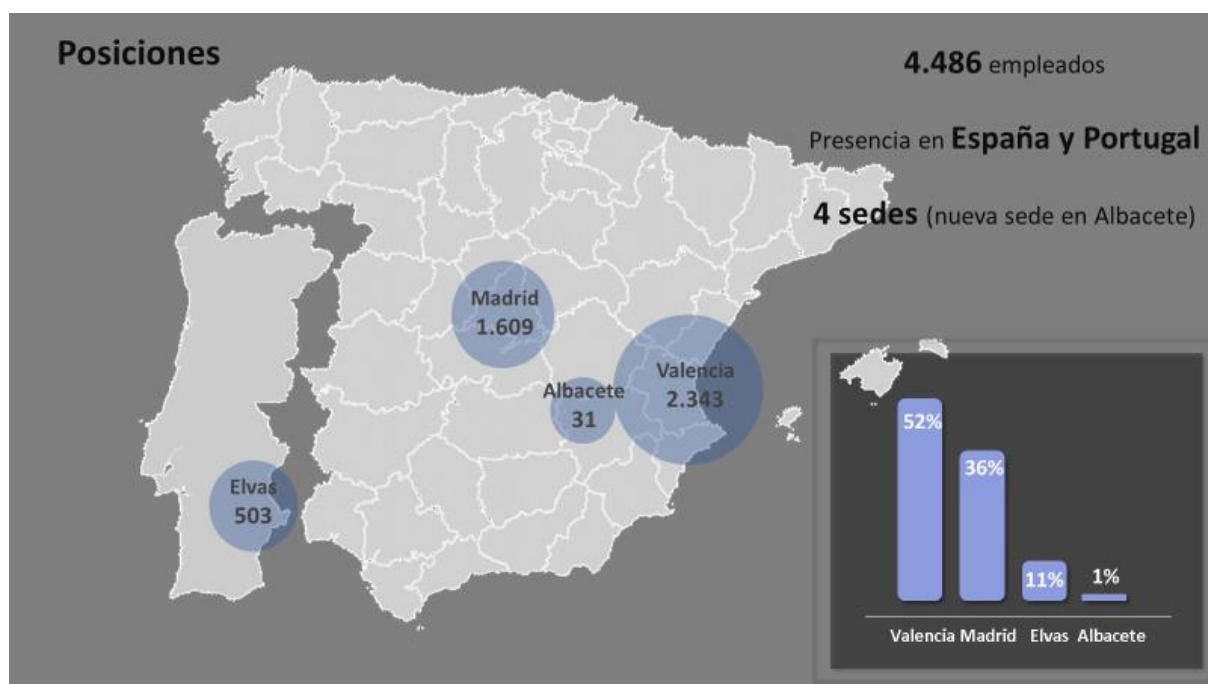
Nos situamos en el máximo nivel de especialización en servicios de Contact Center, con una alta cualificación profesional y una cartera de clientes de primera línea, que aportan excelentes referencias sobre nuestra actividad.

Todo ello ha sido posible gracias a la realización de un trabajo técnico de alto valor añadido, 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.



Somos una empresa sólida y estable, con 20 años de experiencia, con cerca de 5.000 empleados, con sedes en 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.

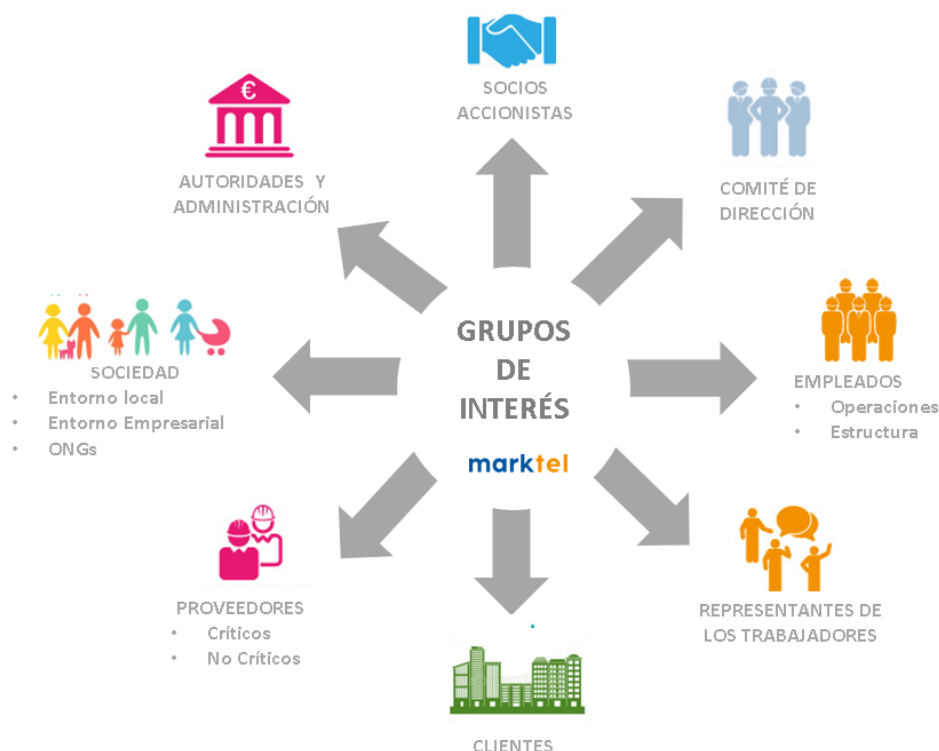


4. Análisis de materialidades y políticas

4. 1. Grupos de interés

Los grupos de interés son aquellos colectivos, cuyas necesidades, intereses o expectativas afectan o se ven afectados, directa o indirectamente, por el desarrollo de la actividad de la empresa, y, por tanto, tienen la capacidad de influir directa o indirectamente en el desarrollo de la estrategia de ésta.

Se han identificado como grupos de interés para Marktel los siguientes:



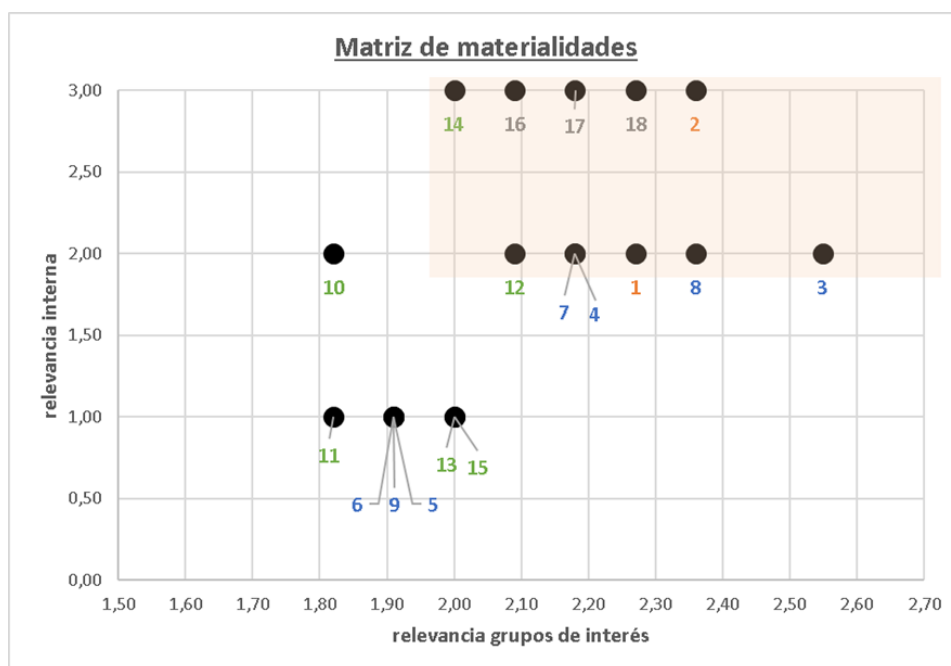
4. 2. Materialidades

El estudio de materialidades llevado a cabo por Marktel, parte de los ejes que sirven de guía a la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, que son: **estructura organizativa, social, ambiental y económico.**

Su objetivo ha sido identificar los aspectos más relevantes para la Gestión Responsable de la empresa a través de la escucha activa de sus grupos de interés, tanto desde una perspectiva interna como externa.

Este análisis de los asuntos relevantes para Marktel y sus grupos de interés ha reflejado la importancia que tiene cada asunto en la capacidad de crear valor para la propia organización y ha servido como “input” a la nueva estrategia de RSE de la compañía.

La siguiente Matriz de Materialidades muestra la distribución relativa de la valoración del nivel de relevancia de los aspectos materiales resultantes del análisis de priorización. Se obtiene cruzando la puntuación obtenida para los grupos de interés y la puntuación asignada por la propia empresa:



ASUNTOS MATERIALES EVALUADOS

- | | |
|--|--|
| 1 Disponer de órganos de gobierno RSE | 10 Cadena de suministro responsable |
| 2 Definir una cultura organizacional socialmente responsable | 11 Sistema de gestión ambiental |
| 3 Desarrollo humano y formación | 12 Eficiencia energética |
| 4 Salud, seguridad y bienestar en el trabajo | 13 Contaminación atmosférica |
| 5 Conciliación de la vida personal, laboral y familiar | 14 Gestión de residuos |
| 6 Desarrollo de iniciativas y programas sociales | 15 Consumo de recursos |
| 7 Calidad del empleo | 16 Desempeño económico |
| 8 Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación | 17 Presencia en el mercado |
| 9 Servicios socialmente responsables | 18 Transparencia, anticorrupción y competencia desleal |

4. 3. Principales objetivos en la estrategia de RSE y correlación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Marktel manifiesta de forma expresa su intención de cumplir con los Derechos Humanos e impulsar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por las Naciones Unidas, en especial, en aquellos ODS que tienen una mayor relevancia para la actividad de la compañía y el entorno en el que opera.

A continuación se detallan los principales objetivos que resultaron de especial prioridad para Marktel tras el estudio de materialidades y que han servido de base para elaborar la Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la compañía, así como su vinculación con los objetivos ODS.



4. 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.

- **Política de Continuidad de negocio:** Documento interno que indica las pautas de actuación y metodología a llevar a cabo en caso de materialización de amenazas que comprometan la continuidad de negocio.



A lo largo del año 2019 continuamos implantando en la organización diferentes normas que nutren y amplían nuestro Sistema Integrado de Gestión y corroboran nuestro compromiso con la mejora continua de la organización y aportan valor a la misma desde una perspectiva multidisciplinar.

5. Cuestiones Medioambientales

5.1. Introducción

La organización es consciente del impacto ambiental que genera su actividad en el entorno donde se ubica y se desarrolla su labor. La compañía dentro de su estrategia corporativa considera como pilar fundamental el respeto y compromiso con el medio ambiente, prestando una especial atención a la protección del entorno, a la lucha contra el cambio climático y la contaminación, así como el uso de recursos naturales y de la energía, de manera racional, responsable y eficiente.

Los riesgos ambientales asociados a la actividad laboral y económica se agrupan de la siguiente manera:

- Consumo de materiales sin que prevalezcan criterios medioambientales pudiendo verse menoscabada la imagen de la organización por la adquisición de materiales medioambientalmente no responsables.

- Residuos:
 - Generación de residuos no peligrosos no valorizables: residuos sólidos urbanos.
 - Generación de residuos no peligrosos valorizables: residuos plásticos y de cartón.
 - Generación de residuos peligro
- Consumos: uso de recursos naturales y energías.
- Agua.
- Electricidad.
- Emisiones atmosféricas

Todos los aspectos arriba descritos son controlados de manera continuada, con planes y calendarios de supervisión tanto de carácter interno, como externo mediante empresas certificadoras u organismo de control – OCAS, haciendo una gestión medio ambiental adecuada y siempre en cumplimiento de la legislación vigente.

5.2. Gestión ambiental y contaminación

Dentro del compromiso con el medio ambiente, cumplimos con la legislación tanto en los procesos como en las certificaciones e inspecciones, no habiendo sido apercibida por ningún organismo ambiental en los últimos años.

Los efectos en el medio ambiente de la actividad que desarrollamos y los mecanismos de gestión se estructuran en los siguientes apartados.

5.2.1. Emisiones a la atmósfera

Emisiones directas:

Las emisiones directas a la atmósfera de gases contaminantes y de efecto invernadero, se generan por la combustión de carburante (gasoil) para la obtención de energía en la puesta en marcha de los grupos electrógenos en situaciones de funcionamiento anormal. Por otro lado, también son emisiones directas aquellas derivadas de la puesta en marcha de los aparatos que forman el sistema de climatización de la organización emitiendo así a la atmósfera contaminantes provenientes de los gases refrigerantes de los aparatos

Se considera las emisiones directas a las asociadas al consumo de combustibles, debido a la puesta en marcha de los grupos electrógenos y las emisiones de gases refrigerantes de los grupos de climatización.

Tabla Comparativa de Emisiones Tn de CO2 eq. 2019 ⁽¹⁾	
Litros de Gasoil	1953,50
Emisiones asociadas consumo de gasoil (Tn de CO2 eq)	5,60

- (1) Factores de conversión son los utilizados por el Ministerio para la Transición Ecológica del Gobierno de España en la “Guía para el cálculo de la huella de carbono y para la elaboración de un plan de mejora en una organización”

Emisiones de gases (Tn) y partículas (PM) 2019 ^{(2) y (3)}	
Emisiones SO2	9.14*10 ⁻⁹
Emisiones de Nox	9.09*10 ⁻⁶
Emisiones PM	1.35*10 ⁻⁶

- (2) El gasoil tiene una densidad (0,84 g/l)
- (3) 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

En referencia a los equipos de climatización y refrigeración, a lo largo del **año 2019**, se ha producido una emisión fugitiva, la misma, supone un total de **0.41 Tn de CO2 equivalentes** ⁽⁴⁾

- (4) Factores de conversión son los utilizados por el Ministerio para la Transición Ecológica del Gobierno de España en la “Guía para el cálculo de la huella de carbono y para la elaboración de un plan de mejora en una organización”

Respecto al año 2018, en referencia a totales netos, ha aumentado la emisión de Tn de CO2 equivalente, no obstante, hemos de tener en cuenta que, para el cálculo del año 2019, se han considerado un total de 6 grupos electrógenos, así como el cálculo de todos los meses del año.

A continuación, se especifican las emisiones derivadas del consumo de combustible⁽⁵⁾ de los coches que la organización tiene en régimen de renting durante el año 2019 en función de los km que se han establecido contractualmente.

Número de vehículos	Total Km contratados 2019	Tn CO2 equivalentes ⁽⁶⁾
9	1.235.000	26.67

- (5) Asumimos como criterio homogeneizador que el combustible de todos los vehículos es Diesel, aun teniendo en cuenta que en la operativa diaria y en casos de vehículos concretos hay métodos de ciclos combinados de combustión y/o fuentes energéticas eléctricas u otros tipos de combustibles. En un vehículo tipo B Diesel, por cada litro de gasóleo consumido cada 100 km, se emiten de media 21.6 g/km de CO₂. El cálculo se realiza a partir de los km contratados, utilizando como guía el manual para la herramienta SACE (Herramienta para el cálculo de emisiones de la Junta de Andalucía)
- (6) El resultado del cálculo se supone teniendo en cuenta que el total de vehículos haya consumido el total de kilómetros individuales contratados para este año, por lo que se puede extraer que es un valor máximo.

Emisiones indirectas:

En cuanto a las emisiones indirectas derivadas de la actividad de la organización se entienden las mismas como las provenientes de los viajes llevados a cabo por el personal de la organización. Estos viajes, de manera general y para reducir las emisiones de CO2 atmosférico se realizan en aquellos medios de transporte que tienen una contribución mayor en la reducción de la huella de carbono.

En la siguiente tabla se recoge datos cuantitativos en referencia a los viajes realizados en el año 2019, incluyendo información relativa al medio utilizado, kilometraje y contribución a la emisión de GEI.

Medio transporte	Distancia entre destinos	Km totales	Nº viajes	Tn CO ₂ ⁽⁷⁾
Tren⁽⁷⁾		203946	576	4,303
MAD- VLC	357	194208	544	
VLC-ALB	188	1504	8	
MAD-SVA	535	2140	4	
MAD-TLD	72.8	291.2	4	
MAD-ALB	256	2048	8	
MAD-BCN	625	2500	4	
MAD-ZGZ	314	628	1256	
Avión⁽⁸⁾		4100	74	11,381
MAD-BCN	625	5000	8	
MAD-BJZ	403	10478	26	
MAD-XRY	617	16042	26	
SVQ-VLAC	654	6540	10	

conversión utilizado para el cálculo de las emisiones de CO2 facilitado por Renfe

(8) Cálculo de emisiones llevado a cabo a través de la plataforma de ICAO (Organización de Aviación Civil Internacional)

(7)
Factor
de

En Marktel, abogamos por poner en marcha medidas que contribuyan a la disminución de las emisiones atmosféricas, es por ello que desarrollamos alternativas como la celebración de reuniones por medios telemáticos cuando sea posible, contratación de suministro eléctrico a través de comercializadoras que utilicen energía 100% renovables.

5.2.2. Vertidos

Los vertidos que se generan en los centros de trabajo son exclusivamente de aguas sanitarias y pluviales. Las aguas residuales son vertidas a la red de saneamiento municipal. Los parámetros de vertidos se rigen por las ordenanzas municipales de vertido y alcantarillado y desagüe de aguas residuales.

Las aguas residuales generadas corresponden a aguas sanitarias (servicios y limpieza) y aguas pluviales. Estas aguas son vertidas a la red de saneamiento municipal. Los parámetros de vertido se rigen por las ordenanzas municipales de vertido alcantarillado y desagüe de aguas residuales.

5.2.3. Residuos

En Marktel nos encontramos en el momento actual en la implantación de un sistema de reciclaje en colaboración con Ecoembes y las consejerías de Medio Ambiente de aquellas localidades en las que nos encontramos establecidos. Este sistema de reciclaje se basa en la separación en origen de los RSU (Residuos Sólidos Urbanos). Por otro lado, los residuos derivados del papel confidencial, tóner de impresora, RAEs y baterías son gestionados por gestores autorizados a tal fin.

Hay que indicar que, en la organización, debido a su actividad, genera una cantidad anual de residuos peligrosos inferior a las 10 toneladas, por lo que está inscrita en Registro de productor de residuos peligrosos de menos de 10Tn/año (pequeño productor de residuos peligrosos), según lo establecido en el art. 22 del Real Decreto 833/1988.

5.2.4. Ruidos

En referencia al ruido generado en el desarrollo de la actividad, debido a la naturaleza de la misma, se considera que la actividad es inocua, por lo que no es necesario llevar a cabo medidas que permitan la reducción de este parámetro para minimizar o paliar el impacto en el entorno en el que operamos, ya que no se superan los umbrales establecidos en la legislación local de referencia. El mayor foco de ruido procede de la puesta en marcha de los grupos electrógenos, no obstante, se cumple con la normativa en cuanto a emisiones de ruidos y vibraciones.

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

5.3.1. Recuperación de desechos

La gran parte de los residuos generados en la organización 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.

Para poder llevar a cabo este proceso, la organización ha implantado en algunas de sus sedes y en otras se encuentra en pleno proceso de implantación de un sistema de reciclaje que permita la separación por fracciones en origen de los residuos. Para ello colaboramos con Ecoembes y con las áreas en materia correspondiente de las Comunidades Autónomas/ Organismos Regionales correspondientes.

Respecto a los equipos informáticos, hemos llegado a un acuerdo de donación de los mismos a diferentes entidades sociales. En este caso se tratan de equipos aún aprovechables y en

funcionamiento que han sido renovados por equipos más actuales, pero que aún pueden ser utilizados. En particular, en el año 2019 se han donado **20 equipos informáticos** a centros de educación secundaria de la C. de Madrid.

En lo relativo a los residuos peligrosos generados en la organización que actualmente corresponden de manera exclusiva a la retirada de las baterías de los equipos, la retirada de los mismos se ha llevado a cabo de conformidad con la legislación de referencia y sin superar el máximo legal anual de 10 Tn.

5.3.2. Consumos de agua

La organización no dispone de datos concretos de consumo de agua debido a que por el tipo de Renting de las oficinas, este dato se facilita de manera consolidada para todo el conjunto de la comunidad, es por eso que trabajamos desde la perspectiva de acciones de concienciación con todo el personal y control de fugas en colaboración con el departamento de mantenimiento. Así mismo, trabajamos en nuevos planes que permitan la reducción del consumo de manera porcentual a través de la modernización de los elementos necesarios de las instalaciones en cuartos de baño y salas Office de la organización.

5.3.3. Consumo de materias primas

Los principales recursos materiales necesarios para desarrollar la actividad de la organización son los equipos informáticos.

En el año 2019, se han adquirido 1914 equipos informáticos de los cuales el 100% son renting

Respecto al año 2018, además de reducirse el número de equipos informáticos adquiridos, se ha aumentado hasta el total el número de equipos renting, correspondiendo en 2018 a un total del 95% esta cifra.

Además del criterio de prevalencia de renting frente a la compra de equipos, existen criterios adicionales que cercioran un consumo responsable de materias primas en la organización como son políticas ambientales en los criterios de compra, haciendo hincapié en la adquisición de material que tenga un mayor ciclo de vida así como la puesta en marcha de acciones de reparación y reacondicionamiento, si las condiciones así lo permiten, antes que la adquisición de nuevo material.

5.3.4. Eficiencia energética

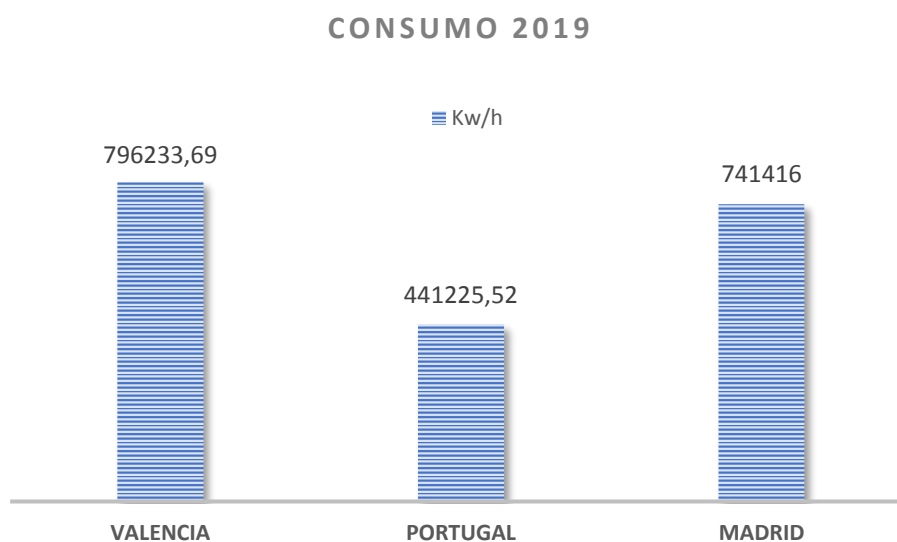
La dirección de la organización mantiene un programa de actuaciones dirigido a lograr una mayor eficiencia energética, con el objetivo principal de optimizar el empleo de la energía y por consiguiente reducir el consumo eléctrico y consumo de combustibles fósiles.

A su vez estas iniciativas tienen como fin lograr reducir las emisiones de gases contaminantes y de efecto invernadero, por lo que se actúa sobre el clima y la contaminación.

Para ello se desarrollan un plan con diversas iniciativas, destacando:

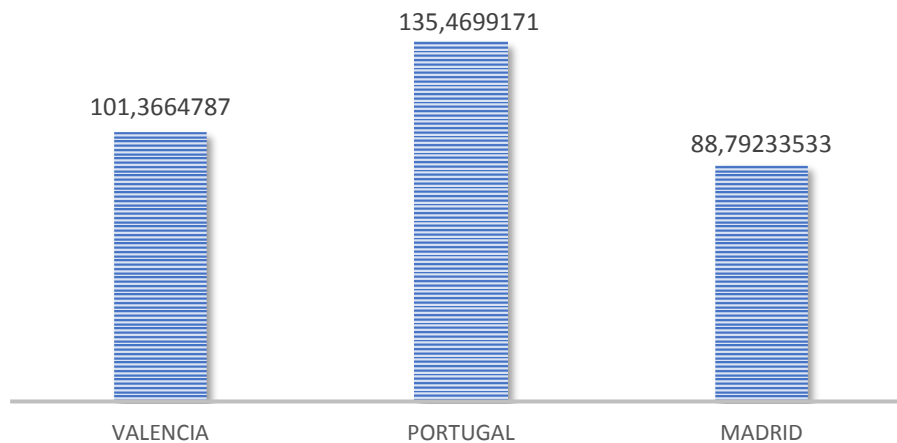
- Control y seguimiento continuado de los consumos eléctricos mediante la implantación de un sistema de automatización y monitorización energética en todos los centros logísticos.
- Uso de luminaria LED en su totalidad.
- Control operacional mensual de los consumos por sedes relativizado con personal que presta servicio en la organización.

Políticas de control de consumos a través del apagado de equipos, uso eficiente del mismo y apagado de luminarias al abandono de las estancias ocupadas.



	Consumo (kwh)	Superficie (m²)	Ratio consumo/ superficie
VALENCIA	796233,69	7855	101,36
PORTUGAL	441225,52	3257	135,47
MADRID	741416	8350	88,80

RATIO CONSUMO/ SUPERFICIE



5.4. Cambio climático

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

- Fomento de medidas alternativas para la celebración de reuniones con personal de diferentes sedes dando prioridad al uso de las tecnologías disponibles para evitar el desplazamiento, en caso de no poder llevarse a cabo, se llevan a cabo acciones para fomentar el uso de los medios de transporte que emitan una menor cantidad de emisiones GEI.
- Reducción del consumo de energía eléctrica, debido a la eficiencia de las nuevas instalaciones de luminarias. Lo que incide de manera indirecta en una emisión de gases (reducción de la emisión de gases de efecto invernadero en los procesos de obtención de la energía eléctrica).
- Implantar nuevos sistemas que fomenten el ahorro de agua, establecer planes de mantenimiento, control y vigilancia sobre el agua consumida en nuestras instalaciones.
- Implantación de medidas que fomenten la separación de residuos, para optimizar el reciclajes y reutilización de materiales.
- Mantenimiento efectivo de aparatos de climatización y refrigeración.

La organización considera las siguientes medidas concretas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero:

- Formación y concienciación del personal sobre el cambio climático
- Objetivo: aumentar los conocimientos y la sensibilización del personal de la empresa con respecto al cambio climático y sus consecuencias en el medio ambiente. Modificar las pautas de comportamiento de todo el personal. Dar a conocer y fomentar la economía circular: aumentar la separación de residuos, reutilización de embalajes de cartón...etc.

- Desarrollar proyecto de monitorización de consumo de energía eléctrica. Objetivo: Conocer en tiempo real y a través de un evolutivo el consumo eléctrico llevado a cabo por la organización con la finalidad de homogeneizar criterios y de poner en marcha planes y medidas que permitan la mejora de la eficiencia y la reducción del consumo.
- Sustitución de equipamientos de fontanería. Objetivo: Poner en marcha medidas que permitan la reducción del consumo de agua.

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.

Asimismo, a través de nuestra actividad, no generamos un impacto directo sobre zonas protegidas, al encontrarse en zonas urbanas. Sin embargo, Marktel ha planificado las acciones arriba detalladas al asumir cierto impacto indirecto con su actividad.

6. Cuestiones sociales y relativas al personal

6.1. Introducción

La gran transformación del sector de servicios y outsourcing, demandan de nuevos conocimientos y habilidades que deben ser cubiertos ágilmente, siendo un factor fundamental para alcanzar el éxito la formación y el desarrollo de las personas que forman parte de la compañía. Por ello Marktel hace una importante inversión anual en formación para sus empleados.

La diversidad es un rasgo característico del equipo humano de MARKTEL, que aúna distintos perfiles tanto por edad, nacionalidad, sexo, como por su formación previa. La compañía procura aprovechar las distintas capacidades de los profesionales y sacar el mayor partido al talento individual de cada trabajador.

Para Marktel es fundamental promover un entorno de trabajo de calidad, basado en el respeto, la diversidad y el desarrollo personal y profesional.

Así mismo, el papel de la mujer en Marktel es muy significativo. Así, el 53,81% de la fuerza laboral está formada por mujeres lo que da muestras de la equidad de género en el acceso al empleo y de la efectividad de los planes de igualdad implantados.

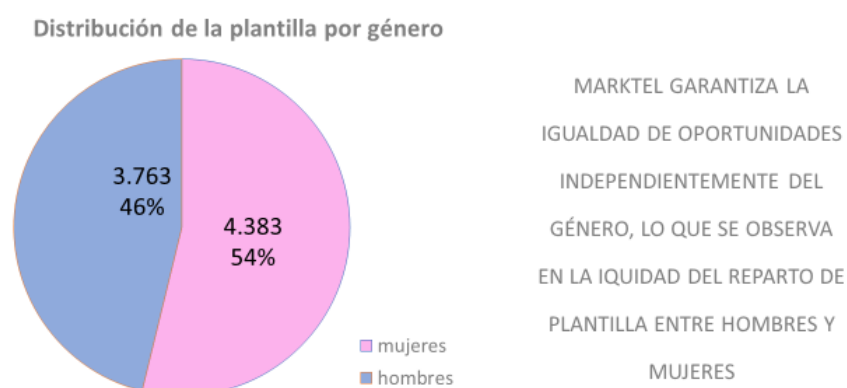
Además, en la plantilla hay empleados pertenecientes a colectivos vulnerables o minoritarios, así como personas discapacitadas, perfectamente integradas en la organización.

Por último destacar, que Marktel, planifica y desarrolla sus actividades teniendo en cuenta 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 legales, impulsando la mejora continua en las condiciones de trabajo y en la gestión de la seguridad, la salud y el bienestar, con el objetivo de evitar y prevenir los accidentes y los daños a la salud, proporcionando un ambiente seguro y saludable.

6.2. Empleo

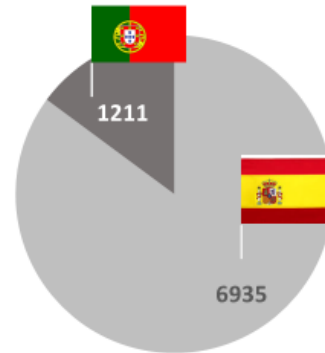
6.2.1. Distribución de empleados y datos de contratación:

Los datos reflejados hacen referencia a las contrataciones llevadas a cabo a lo largo del 2019.

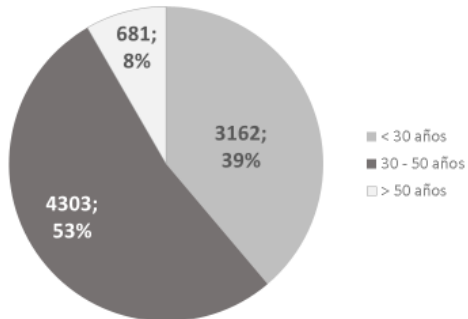


Distribución de la plantilla por país

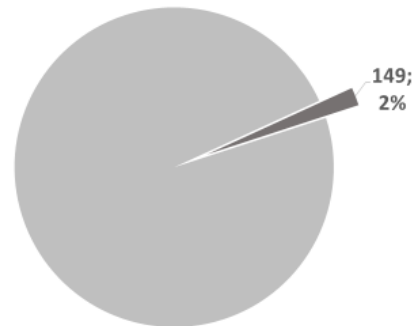
Como se ha explicado, Marktel actualmente cuenta con 3 sedes en España y una en Elvas (Portugal)



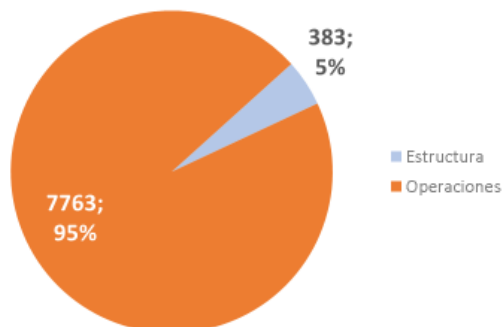
Distribución de la plantilla por edad



Trabajadores con discapacidad



Distribución de la plantilla por categoría/área



El personal de operaciones de Marktel está compuesto por teleoperadores, gestores y teleoperadores especialistas asignados a los diferentes servicios que Marktel presta para sus clientes.

El personal de estructura hace referencia al resto de empleados que trabajan en los departamentos estratégicos de la compañía.

Contratación:

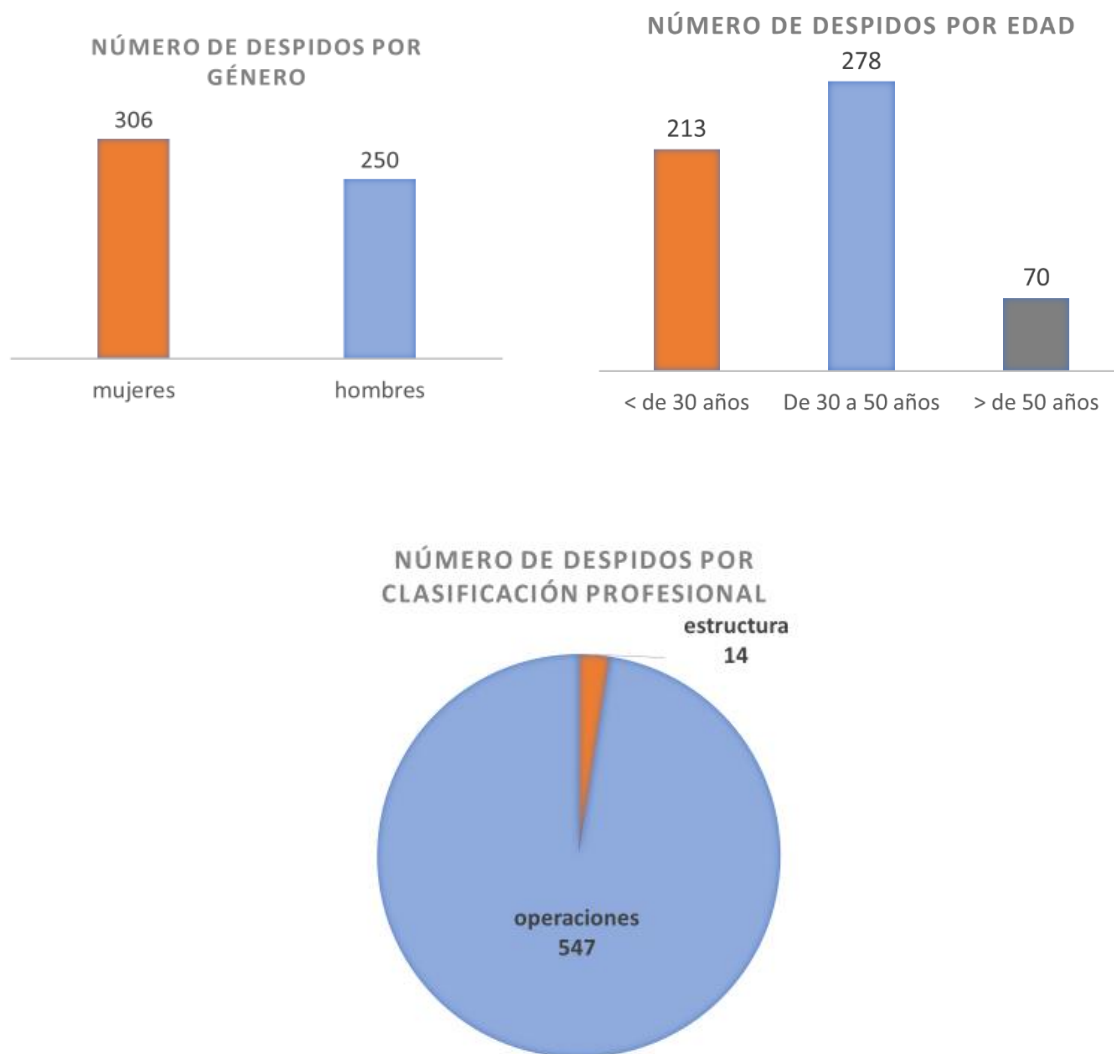
Las contrataciones efectuadas por Marktel en 2019 se han centrado principalmente en el área de Operaciones, donde se ha tenido una importante actividad de servicios prestados para los diferentes

clientes (buena parte de ellos de carácter temporal). Esta tendencia ha influido en una alta tasa de contratos temporales en esta área.

TIPOS Y DISTRIBUCION DE CONTRATOS	
INDEFINIDOS	
ORDINARIO TIEMPO COMPLETO	152
TRANSFORMACION INDEFINIDO TC	527
ORDINARIO TIEMPO PARCIAL	58
TRANSFORMACION INDEFINIDO TP	334
TOTAL	1.071
TEMPORALES	
OBRA TIEMPO COMPLETO	1.175
EVENTUAL TIEMPO COMPLETO	45
INTERINIDAD TIEMPO COMPLETO	17
OBRA TIEMPO PARCIAL	5.636
EVENTUAL TIEMPO PARCIAL	196
INTERINIDAD TIEMPO PARCIAL	6
TOTAL	7.075
TOTAL GENERAL	8.146

Rotación:

Marktel es una empresa en constante crecimiento, con un impacto notable en la generación de empleo. La idiosincrasia del negocio en el que opera la compañía provoca un alto movimiento de personal. Pese a ello, el ratio de despedidos frente a contrataciones demuestra que Marktel influye de manera muy positiva en la empleabilidad de las comunidades donde opera siendo éste únicamente del **0,17%** si consideramos la rotación que tenemos por esta causa entre el personal de estructura.



6.2.2. Remuneraciones del personal

Todos trabajadores de Marktel están cubiertos por sus respectivos convenios colectivos. Esto garantiza a los empleados la equidad salarial entre hombres y mujeres, ya que ni los convenios, ni sus respectivas tablas salariales, hacen ningún tipo de distinción por edad, género, ni ninguna otra diferencia de carácter personal.

Así mismo, el 100% de los trabajadores de Marktel tienen un salario por encima del SMI (Salario mínimo interprofesional) establecido para los dos países donde opera, aplicando la clasificación profesional oportuna en base a las funciones desarrolladas en el puesto.

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.

Marktel Global Services ha establecido su propio convenio colectivo más adaptado a la realidad de la empresa y a la situación laboral actual en la que enmarca su actividad.

6.2.3. Remuneraciones Consejeros

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

En el ejercicio 2019, 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

Contamos con sistemas de organización del tiempo de trabajo que permiten a nuestros empleados conocer con antelación los turnos de prestación laboral, respetando los períodos adecuados de descanso y los periodos de vacaciones establecidos.

Como se ha comentado anteriormente, cada una de las empresas que componen Marktel cuenta con un convenio colectivo y anualmente se establece el calendario laboral que dará cumplimiento a las horas anuales marcadas por los convenios de aplicación.

Además, en el ejercicio 2019 se implantó un sistema informático de control de presencia donde cada trabajador registra su jornada laboral, remite solicitudes de vacaciones u otros permisos, e indica los periodos de absentismo y su causa. De este modo, el responsable de cada equipo puede comprobar que el personal cumple con la jornada establecida sin la existencia de desvíos por exceso o por defecto.

6.3.2. Cifras de absentismo

El total de horas de absentismo entre todas las empresas de Marktel ha ascendido a **21.802 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 de trabajo y en la gestión de la seguridad, la salud y el bienestar.

Los procedimientos del Sistema de Prevención de Vigilancia de la Salud Laboral, cuenta con los siguientes objetivos:

- Establecer criterios para la detección precoz y sistemática de daños provocados por el trabajo.
- Evitar la asignación de tareas incompatibles con las condiciones de salud de la persona.
- Actividades de promoción de vida saludable.

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 2019 es la siguiente:

ACCIDENTES DE TRABAJO					
EMPRESA	NUMERO	DIAS DE BAJA	PLANTILLA MEDIA	INDICE FRECUENCIA	INDICE GRAVEDAD
INFOMARKTEL	6	168	215	15,87	0
MARKTEL GLOBAL SERVICES	35	1.242	3.281	6,06	0
MARKTEL TELESERVICIOS, S.L.	3	285	87	19,51	2
MIA ADVANCED SYSTEMS SL	1	7	18	32,16	0
ECU CONSULTORES	1	2	38	14,95	0

En el año 2019 no ha existido ningún caso de enfermedad profesional.

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, estableciendo

canales de comunicación con estos representantes como parte sustancial de sus principios de actuación corporativa.

Por tanto, Marktel garantiza la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, así como el derecho de afiliación a cualquier sindicato y la no discriminación por esta pertenencia.

Se mantiene un diálogo permanente con los representantes sindicales de las distintas organizaciones.

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.

El 100% de los trabajadores de Marktel están cubiertos por 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, aunque, anualmente, se trata de ampliar el alcance de la formación hacia otro tipo de formaciones más específicas impartidas por empresas externas y dirigidas a los trabajadores de MARKTEL tanto de estructura como de operaciones.

A continuación, se describen los tipos de formaciones impartidas:

- Formación inicial:

La principal acción formativa llevada a cabo en este ámbito es la **formación inicial** de los teleoperadores. Este tipo de formación es clave para que el trabajador conozca el contenido del servicio al que ha sido asignado, procedimientos, aplicativos informáticos, filosofía del cliente y de

Marktel, y supone una oportunidad para entrenar habilidades clave para el desempeño de su trabajo. Siempre se imparte antes de comenzar a realizar las tareas propias del puesto, y en el año 2019 se ha comenzado a incluir en esta formación inicial un módulo perteneciente al **plan de acogida** con el cual se pretende facilitar aún más la integración y la adaptación a la empresa de nuestros nuevos profesionales.

- Formación de reciclaje:

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.

- Otras formaciones:

En este último caso, cada Responsable de Servicio, así como los Responsables de cada Departamento, son los encargados de transmitir las necesidades formativas que puedan surgir (a parte de las comentadas) específicas de cada área.

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.

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 completamente implantado en Madrid y en Valencia. En Elvas se ha comenzado a implantar desde mediados del año 2019, y se prevé que a lo largo del 2020 también será instaurado en Albacete.

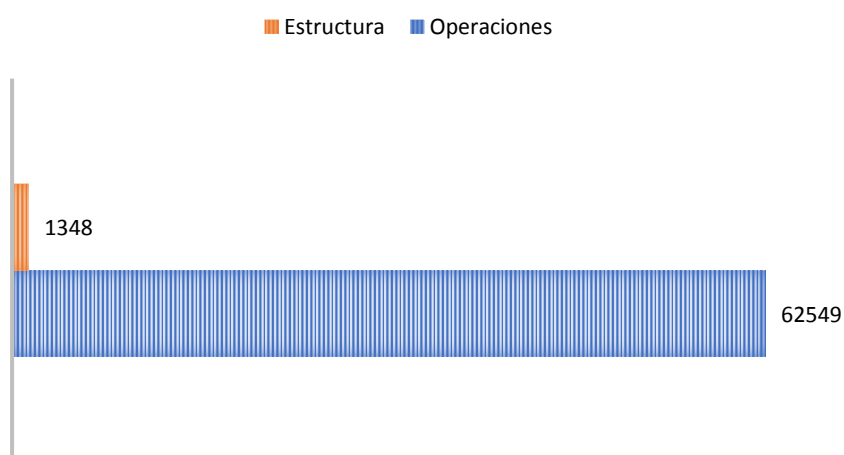
6.6.2. Horas de formación anuales

HORAS DE FORMACIÓN POR TIPO Y SEDE			
	Madrid	Valencia	Elvas*
Formaciones iniciales	17.707	22.214	8.448
Formaciones de reciclaje	1.564	11.711	-
Formación complementaria	1.648	605	-
Totales por sede	20.919	34.530	8.448
TOTAL	63.897		

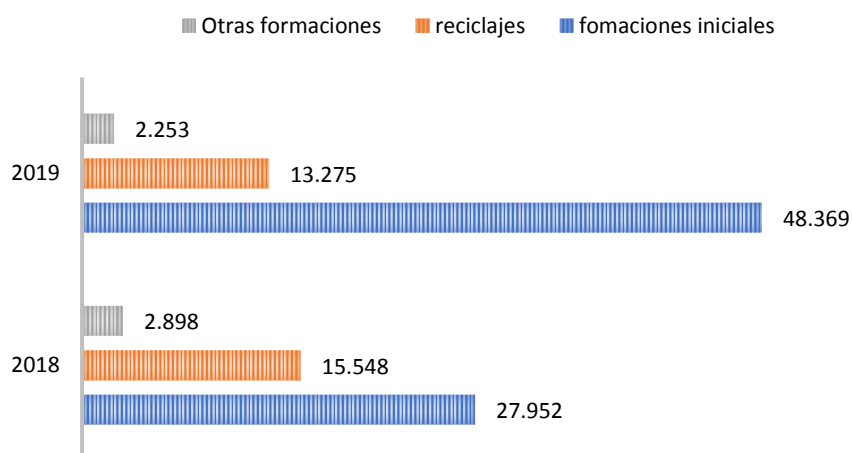
* El Sistema de registro de horas de formación de Elvas está en proceso de implantación (datos desde mediados de año), así mismo, se prevé que la sede de Albacete comenzará a implantar este mismo sistema de registro a lo largo del año 2020.

HORAS DE FORMACIÓN POR ÁREA			
Formación operacional	Formaciones iniciales	48.369	62.549
	Reciclajes	13.275	
	Formación complementaria	905	
Formación estructura	Formación complementaria	1.348	

HORAS DE FORMACIÓN POR ÁREA



COMPARATIVA ANUAL



6.7. Accesibilidad Universal

Un total de 149 personas con discapacidad trabajan en Marktel a fecha 31/12/2019.

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. En este sentido se han invertido más de 500.000€ en facturación dedicada a la contratación de servicios a centros especiales de empleo.

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.

6.8. Igualdad

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

El año 2019 se ha renovado el **Plan de Igualdad** de la compañía mediante el cual se pretenden poner en marcha medidas adecuadas en materia de Igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres y erradicar aquellos comportamientos discriminatorios, por razón de sexo, y especialmente, las derivadas de la maternidad, las obligaciones familiares y el estado civil.

En este mismo año se ha constituido una **comisión de igualdad** encargada de velar por el cumplimiento de las medidas incluidas en el plan y de su difusión.

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

Protocolo de prevención y erradicación del acoso sexual y por razón de sexo:

En este mismo año, se ha actualizado el Protocolo de prevención y erradicación del acoso sexual y por razón de sexo que tiene por objeto establecer medidas necesarias para prevenir este tipo de situaciones y determinar concretamente las actuaciones a llevar a cabo en caso de que se produzcan. Esta actualización ha sido llevada a cabo por la Comisión de Igualdad, la cual también es la encargada de recibir y tramitar las posibles denuncias que pudieran darse relacionadas con este ámbito.

7. Información sobre el respeto a los Derechos Humanos

7.1. 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.

7.2. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos

Marktel no ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos en el año 2019.

7.3. Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo.

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 2019 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, 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.

8.3. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Marktel tiene acuerdos de colaboración con entidades sociales para diferentes proyectos.

En lo relativo a las donaciones, en el año 2019 se ha llevado a cabo la donación de 20 equipos informáticos (valorados en 1.200€) a Centros de educación secundaria para colaborar en la formación en informática de los menores que cursan allí sus estudios.

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.

Marktel apoya y contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales donde se encuentra presente aportando valor a la sociedad y favoreciendo el estado de bienestar.

Cabe destacar que en el año 2019 se ha producido la apertura de una nueva sede de Marktel ubicada en Albacete. En todo el proceso de implantación Marktel ha mantenido un diálogo continuo y plural con autoridades, organismos públicos y otros grupos de interés locales.

Este crecimiento alcanzado en los últimos años por Marktel nos ha permitido seguir apoyando el desarrollo de las comunidades con nuevos contratos a proveedores locales, el pago de impuestos, la contratación de trabajadores de la zona y el desarrollo de iniciativas sociales.

Nuestras aportaciones a las comunidades locales son las siguientes:

- Generar empleo con salarios justos en el entorno social donde ejerce su actividad.
Durante el año 2019 ha habido un promedio de 8.146 contratos de trabajo.
- Aplicación de medidas que faciliten la conciliación de la vida laboral y familiar de sus empleados. Como se ha explicado con anterioridad, las diferentes medidas que facilitan la conciliación familiar y personal están acogidas en los distintos convenios colectivos de aplicación.
- 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 **63.897 horas** de formación durante el 2019.
- Desarrollar procesos de promoción interna a sus trabajadores para que desarrollen al máximo su potencial y talento.
- Incorporar al mundo laboral minorías con alguna dificultad en la búsqueda de empleo.
- 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.

• Proyectos locales

SEDE

Indicadores 2019

Cursos gratuitos de Iniciación al telemarketing	Colaboramos con Fundaciones sin ánimo de lucro impartiendo cursos de esta temática entre sus usuarios (personas de colectivos vulnerables en búsqueda de empleo). Actividad llevada a cabo con la colaboración de la Fundación Norte Joven y Fundación Progresia	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Madrid</u> 	<u>18 jóvenes formados</u>
Carreras solidarias	Marktel ha subvencionado el dorsal de las trabajadoras que han querido participar en la Carrera de la Mujer para recaudar fondos para la AECC y otras iniciativas solidarias.	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Madrid</u> • <u>Valencia</u> 	<u>130 trabajadoras participaron en la carrera</u>
Campañas de recogida de alimentos y juguetes	Los destinatarios de estas donaciones han sido el Comedor Social de la Fundación Manos de Ayuda Social en Madrid, Banco de Alimentos de Valencia y Centro de Acogida Los Cucos de Elvas	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Madrid</u> • <u>Valencia</u> • <u>Elvas</u> 	<u>Más de 2.000 kgs. de alimento</u>
Jornada para familias: día de los Reyes Magos	Día dedicado a los niños de los empleados de Marktel, con la idea de acercar el ámbito familiar y laboral, y facilitar que los hijos conozcan el lugar donde trabajan sus padres y lo que hacen.	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Madrid</u> • <u>Valencia</u> 	<u>250 asistentes</u>
Acciones de difusión sobre sostenibilidad y RSE	A lo largo del 2019 se han realizado varias sesiones informativas sobre las iniciativas puestas en marcha desde el área de la RSE de Marktel y la importancia de participar en proyectos sociales	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Madrid</u> • <u>Valencia</u> • <u>Elvas</u> 	<u>Mas de 2.000 trabajadores informados.</u>

Marktel realiza cada año iniciativas de **voluntariado corporativo** en colaboración con entidades sociales, como una forma de promocionar la ciudadanía responsable entre nuestros trabajadores. Los cursos de iniciación al telemarketing anteriormente explicados, suelen ser impartidos y organizados

por voluntarios de Marktel que realizan una importante labor pedagógica y motivacional con los jóvenes participantes. Este año han participado en esta iniciativa 10 voluntarios.

9.2. Gestión responsable de la cadena de suministros

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.

ANEXO 1

Índice de contenidos exigidos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de Información no Financiera y Diversidad.

Contenido del BOE	Apartado	Criterio de Reporting (GRI)
Marco de Reporting utilizado	2.3	102-46; 102-47
Modelo de negocio	3	102-2; 102-3; 102-4; 102-6; 102-7; 102-18; 102-14; 102-15
Análisis de materialidad	4.1	102-46; 102-47
Cuestiones medioambientales	5	
Gestión ambiental	5.2	102-11; 307-1; 305-1; 305-2
Contaminación	5.2	305-3; 305-6; 305-7
Economía circular	5.3	
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos		306-2
Consumo de agua y el suministro de agua		303-1; 303-2; 303-3
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso		301-1
Consumo directo e indirecto de energía		302-1
Medidas para mejorar la eficiencia energética		302-4; 302-5
Uso de energías renovables		302-1
Cambio climático	5.4	
Emisiones de gases de efectos invernadero		305-1; 305-2; 305-3
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático		201-2
Metas establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones y medios implementados		305-5
Biodiversidad	5.5	
Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad		304-3
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas		304-2
Cuestiones sociales y relativas al personal	6	
Empleo	6.2	
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional		102-8
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo por sexo, edad y clasificación profesional		102-8
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional		401-1
Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor		405-2
Brecha salarial		102-38
Remuneración media de consejeros y directivos		102-35
Pago a los sistemas de previsión social y ahorro		201-3; 401-2
Implantación de políticas de desconexión laboral		401-3

Porcentaje de empleados con discapacidad		405-1
Organización del trabajo	6.3	
Organización del tiempo de trabajo		401-3
Número de horas de absentismo		403-2
Medidas de conciliación		401-2; 401-3
Seguridad y salud	6.4	
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo		403-2; 403-3; 403-4
Accidentes de trabajo		403-2
Relaciones sociales	6.5	
Organización del diálogo social		402-1; 403-1; 403-4
Empleados cubiertos por convenio colectivo por país		102-41
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo		403-4
Formación	6.6	
Horas de formación por categorías profesionales		404-2
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales		404-1
Accesibilidad universal personas con discapacidad	6.7	405-1
Igualdad	6.8	405-1; 405-2
Información sobre el respeto a los derechos humanos	7	
Aplicación de procedimientos de debida diligencia		102-16; 102-17; 412-2
Medidas de prevención y gestión de posibles abusos cometidos		102-16; 102-17; 412-2
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos		102-17
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT		102-16; 407-1; 408-1; 409-1
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	8	
Medidas para prevenir la corrupción y el soborno		102-16; 102-17
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales		102-16; 102-17
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro		201-1; 413-1
Compromiso social	9	
Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible	9.1	102-43; 413-1; 413-2
Gestión responsable de la cadena de suministros	9.2	308-1; 414-1
Gestión de la relación con los consumidores	9.3	
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores		416-1; 417-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas		* marco específico
Información fiscal y transparencia	9.4	
Los beneficios obtenidos país por país		201-1
Los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas		201-4